

Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Angkringan Pule

Aldi Nurwana¹, Alfina Karismatul Laila², Choiril Seilila Nur Cholifah³, Mohamad Ajib Markaban Mahiri⁴, Nadia Roosmalita Sari⁵

¹⁻⁴Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

⁵Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
aldinurwana1279@gmail.com, alfinakarismatul@gmail.com, choiriselila330@gmail.com, ajib46ajib@gmail.com, nadiaroosmalitasari@gmail.com

- Received 24 January 2023, Revised 15 February 2023, Accepted 01 March 2023

Keyword	Abstract
Product Quality, Facilities, Service Quality, Customer Satisfaction.	Consumer satisfaction is able to have a good impact on businesses so that they can develop properly and get maximum profits. This study aims to explain the influence of product quality, facilities, and service quality on customer satisfaction at Angkringan Pule. This type of research is associative using a quantitative approach, to examine how much influence independent variables exert on dependent variables.. The type of data used is primary data obtained from questionnaires with sampling techniques using accidental sampling. In this study, the data were analyzed using data quality tests (validity test, reliability test), classical assumption test (normality test, multicholnearity test, heteroskedasticity test), multiple linear regression test, hypothesis test (F test and t test), coefficient of determination(R ²). The results of this study show that product quality, facilities, and service quality have a positive and significant effect on consumer satisfaction both partially and simultaneously.

Copyright © 2023 JMB, Journal Manajemen Bisnis is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

I. PENDAHULUAN

Mendirikan sebuah usaha bukan hal yang mudah terutama di Indonesia. Para pelaku usaha harus bersaing hebat untuk memberikan perhatian yang penuh guna memberikan kepuasan kepada konsumennya, sehingga tetap bisa mempertahankan usahanya, karena sejatinya mempertahankan sebuah usaha tidak semudah mendirikannya, sebuah kepuasan yang timbul dalam diri konsumen bisa memberikan efek yang cukup bagus untuk usaha yang dijalankan agar terjadi perkembangan yang baik serta memperoleh keuntungan semaksimal mungkin (Novananda & Gunaningrat, 2021). Selain hal hal tersebut, seorang pengusaha juga harus peka dengan berbagai perubahan kondisi persaingan yang sedang terjadi. Para pelaku usaha harus bisa menempatkan diri sehingga tetap dapat menarik kepuasan konsumen agar tetap bisa bertahan guna menjalankan usaha bisnisnya yang berjangka.

Kunci dalam memperoleh keuntungan yang maksimal serta berjalannya suatu bisnis terletak pada konsumen. Jika para pelaku usaha bisa

mempertahankan konsumen atau sudah menjadi pelanggan tetap, maka bisnis pastinya tetap berjalan. Dalam mempertahankan pelanggan agar tetap memihak pada bisnis kita maka dapat dilakukan dengan tetap mempertahankan bahkan meningkatkan segala hal yang menjadi faktor munculnya kepuasan dalam diri konsumen. Bisnis yang sedang banyak dijalankan adalah bisnis kuliner, sehingga bisnis ini sekarang cukup berkembang begitu pesat dan cepat. Karena bisnis di bidang kuliner sendiri memang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat (Asti & Ayuningtyas, 2020).

Sekarang ini terdapat banyak macam usaha kuliner, salah satunya adalah usaha angkringan. Istilah angkringan sendiri bukan hal yang asing lagi di lingkungan para pemuda maupun orang dewasa. Angkringan dapat dikatakan sebagai bisnis dalam skala kecil, di Tulungagung sendiri bisnis angkringan sudah membludak terutama di daerah Plosokandang yang mana memang untuk lokasi di daerah tersebut cukup strategis karena berada di lingkungan kampus. Maraknya bisnis angkringan di daerah ini membuat pelaku usaha harus berfikir keras tentang bagaimana bisa memberikan sesuatu

terbaik bahkan kesan yang baik terhadap konsumen, sehingga konsumen dapat bertahan dimana maraknya persaingan bisnis dapat dikatakan cukup pesat (Novananda & Gunaningrat, 2021).

Di daerah Plosokandang Tulungagung dapat dikatakan cukup banyak yang membuka usaha angkringan tetapi ada salah satu angkringan yang walaupun pesaingnya cukup ketat tetapi tetap ramai pengunjung, yaitu "Angkringan Pule". Angkringan ini dipilih karena merupakan salah satu angkringan yang tetap ramai pengunjung walaupun banyak sekali saingan angkringan-angkringan lain yang ada di daerah Plosokandang. Kesuksesan "Angkringan Pule" dalam mempertahankan pelanggannya pastinya tidak terlepas dari pengaruh faktor pada kepuasan konsumennya. Faktor tersebut antara lain yaitu kualitas produk yang ada di angkringan tersebut, fasilitas yang diberikan, serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga mempengaruhi kepuasan konsumennya dan tetap berlangganan di sana.

Sehingga berdasarkan apa yang telah diuraikan, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul : Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Angkringan Pule. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Seperti apa pengaruh yang diberikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada angkringan Pule ?. (2) Seperti apa pengaruh yang diberikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada angkringan Pule?. (3) Seperti apa pengaruh yang diberikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada angkringan Pule?. (4) Seperti apa pengaruh yang diberikan kualitas produk, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada angkringan Pule secara simultan ?

Tujuan penelitian ini adalah : (1) Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada angkringan Pule. (2) Mengetahui pengaruh pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada angkringan Pule. (3) Mengetahui pengaruh pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada angkringan Pule. (4) Mengetahui pengaruh pengaruh kualitas produk, fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada angkringan Pule.

Penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat sebagai berikut: (1) Bagi penulis, penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan tentang beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan

konsumen dan menambah pengalaman dalam melakukan penelitian akademik. (2) Bagi pengusaha dalam bidang angkringan, hasil survei ini dapat dijadikan dasar dalam mengukur kepuasan konsumen setelah menggunakan pelayanan angkringan. (3) Bagi peneliti selanjutnya, hasil ini diharapkan bisa menjadi salah satu rujukan untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel lain yang dirasa bisa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kotler and Armstrong dalam (Tombeng et al., 2019) menyatakan kualitas produk sebagai sesuatu yang memiliki hubungan terhadap produk yang mampu menjalankan fungsi dari produk itu sendiri, juga termasuk atribut dari produk itu berupa, ketepatan, keandalan, kemudahan dalam memperbaiki maupun mengoperasikannya serta atribut lainnya. Dengan kata lain kualitas produk pada dasarnya merupakan kesesuaian produk dengan standar tertentu yang berlaku, sehingga layak untuk dipakai ataupun dikonsumsi demi memenuhi kebutuhan dengan biaya yang kompetitif.

Berdasarkan pendapat David Garvin dalam (Arianto & Difa, 2020), sebagai acuan dalam penentuan kualitas produk dapat digunakan delapan indikator sebagai berikut, kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*); perlengkapan produk (*features*); produk yang handal (*reability*); ketahanan produk (*durability*); mudah diperbaiki (*serviceability*); kinerja (*performance*); tampilan yang menarik (*asthetics*); kesesuaian (*conformance*).

Fasilitas

Menurut Kolter (2007:61) dalam (Maretza Naufal Fishendra, 2022) mengemukakan bahwa dengan menyalurkan fasilitas yang memadai sebagai upaya menarik dan mempertahankan pelanggan oleh seorang manajer pada suatu perusahaan yang ada hubungannya dengan konsumen. Di mana fasilitas ini sendiri akan membuat pekerjaan menjadi mudah dan lancar untuk mencapai tujuan dari perusahaan.

Menurut Tjiptono dalam (Setiawan et al., 2019) dalam fasilitas terdapat hal yang menjadi patokan atau indikator meliputi: merencanakan ruangan; perlengkapan/peralatan; pertimbangan/perencanaan spasial; mural atau kata kata yang menarik pada tempat tertentu; unsur pendukung; penataan cahaya dan pewarnaan.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono dan Chandra dalam (Novananda & Gunaningrat, 2021) Kualitas pelayanan adalah sebuah kemampuan dan perilaku karyawan pada suatu organisasi/perusahaan yang dilaksanakan dengan adanya keyakinan dan tujuan yang memiliki hubungan erat, meliputi; memberikan pelayanan yang ramah, tepat, cepat dan juga nyaman. Dengan kata lain suatu pelayanan dalam sebuah perusahaan dapat dikatakan berkualitas apabila para karyawannya mampu memberikan pelayanan dengan cepat, tepat, ramah, serta memberikan kenyamanan bagi pelanggan.

Menurut Tjiptono dalam (Maramis et al., 2018). Indikator yang bisa digunakan dalam menilai kualitas pelayanan meliputi: memiliki wujud; memiliki respon yang baik; memiliki keahlian/handal; menjamin apa yang dilakukan; empati yang baik.

Kepuasan Konsumen

Menurut Tse & Wilton dalam (Tjiptono, 2008) kepuasan konsumen adalah pengevaluasian perbedaan pendapat antara keinginan pertama akan membeli dan manfaat yang diberikan dari suatu produk atas reaksi konsumen yang dirasakan setelah menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut. Kepuasan konsumen juga bisa berarti rasa senang dengan apa yang didapatkan sesuai keinginan maupun kebutuhannya.

Menurut Lupiyoadi (2013:158) dalam (Hidayat et al., 2022) kepuasan konsumen bisa dinilai dengan indikator sebagai berikut yaitu: Emosi/perasaan; Harga; dan Kualitas Produk dan pelayanan.

Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan jurnal artikel ini digali dari penelitian-penelitian terdahulu untuk dijadikan bahan acuan atau evaluasi dalam penelitian ini dan penelitian selanjutnya. Keberhasilan penelitian-penelitian sebelumnya, dapat dijadikan pedoman dan penguatan argumentasi dalam penelitian ini. Setelah dilakukan pengumpulan data penelitian sebelumnya, diperoleh beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Penelitian oleh (Syahsudarmi, 2018) Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru. Dalam penelitian tersebut secara singkat dijelaskan bahwasanya fasilitas dan kualitas

layanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi secara positif signifikan.

Penelitian oleh (Jayusman et al., 2022) yang berjudul Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Oikos Cafe Pangkalan Bun. Hasil dari penelitian tersebut secara singkat menunjukkan bahwa dengan memberikan fasilitas dengan sangat baik maka akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan cafe.

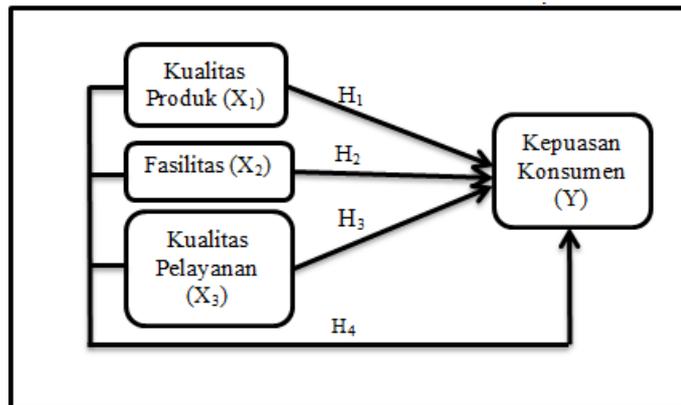
Penelitian oleh (Sukmawati, 2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Temuan studi yang dilakukan secara singkat diketahui bahwasannya variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang baik kepada variabel kepuasan konsumen, begitu juga variabel harga serta kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang baik kepada kepuasan konsumen.

Penelitian oleh (Pantilu et al., 2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. Diketahui pada studi yang dilakukan tersebut bahwa bahwasannya variabel harga, kualitas layanan dan fasilitas memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Bendito baik secara per-variabel maupun bersamaan. Sedangkan variabel yang paling mendominasi merupakan variabel harga.

Penelitian oleh (Tombeng et al., 2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. Penelitian tersebut memperoleh hasil secara singkat bahwa variabel kualitas pelayanan, variabel harga, variabel semuanya secara per-variabel maupun bersamaan memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan oci.

Kerangka Konseptual

Dasar dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar kerangka konseptual (Gambar 1. Kerangka Konseptual).



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yaitu *independent* (bebas) dan *dependent* (terikat). Variabel *dependent* merupakan variabel yang timbul akibat/efek terdapatnya variabel *independent*, dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependent* yaitu variabel kepuasan konsumen (Y). Sedangkan variabel *independent* merupakan variabel penyebab munculnya variabel *dependent*, di sini yang menjadi variabel *independent* yaitu kualitas produk (X₁); fasilitas (X₂); dan kualitas pelayanan (X₃).

Pada kerangka konseptual di atas menunjukkan bahwa kualitas produk (X₁); fasilitas (X₂); dan kualitas pelayanan (X₃) adalah faktor-faktor yang diasumsikan bisa memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

III. METODE PENELITIAN

Jenis dari penelitian ini merupakan asosiatif, hal ini memiliki arti bahwasannya peneliti berupaya untuk memahami bagaimana hubungan dari dua variabel atau lebih (Saputra & Sari, n.d.). Kemudian pendekatan yang digunakan merupakan pendekatan kuantitatif, sebab untuk meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (kualitas produk (X₁); fasilitas (X₂); dan kualitas layanan (X₃)) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan (Y)).

Metode pengambilan sampel merupakan *accidental sampling*, dimana sampel ditentukan secara acak atau responden yang tersedia di lokasi penelitian karena besarnya populasi selalu berubah dan tidak bisa ditetapkan jumlahnya. Semua pelanggan yang ada atau yang sudah pernah datang ke Angkringan Pule akan menjadi populasi penelitian. Kuesioner yang berisi pertanyaan tentang indikator penelitian ini digunakan dalam pengumpulan data. Kuesioner tersebut kemudian dibagikan kepada sampel acak yang jumlahnya ditentukan dengan menggunakan metode

Lemeshow yaitu 100 responden. Rumus *Lemeshow* merupakan rumus untuk menentukan besaran jumlah sampel/responden pada penelitian yang populasinya selalu berubah dan sulit untuk ditetapkan. Sampel termasuk dalam bagian populasi dengan kondisi dan karakter tersendiri yang akan diteliti (Syahsudarmi, 2018).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

I. Analisis Data Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu data dari kuisisioner, di mana suatu data dapat dikatakan valid apabila nilai dari signifikansinya lebih dari 0,1 dan nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Apabila data kuisisioner dinyatakan lolos atau valid, maka data tersebut layak untuk digunakan pada uji selanjutnya.

Hasil uji validitas yang dilakukan peneliti diketahui dari hasil output didapat bahwa, nilai r hitung melebihi nilai pada r tabel pada standar 10% dan pada $df=(100-2)=98$, dengan itu didapatkan nilai dari r tabel senilai (0.1654), sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa butir pernyataan pada kuisisioner dalam penelitian ini secara keseluruhan dinyatakan valid dan cocok untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data.

b. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan guna menilai tingkat ke-konsisten-an dari suatu alat ukur yang akan dipakai, untuk

mengetahui persamaan hasil yang diberikan alat ukur atau tidak jika dilakukan secara berkala. Dengan melihat nilai dari *Cronbach's Alpha* di mana apabila nilainya $> 0,60$, sehingga data tersebut bisa dinyatakan reliabel.

Dengan melihat hasil uji reliabilitas pada keempat variabel diketahui nilai dari *cronbach's alpha* dari kualitas produk (0,834), fasilitas (0,818), kualitas pelayanan (0,869), dan kepuasan konsumen (0,894) di mana semua nilai itu melebihi 0,60. Dengan seperti itu, peneliti bisa menyimpulkan bahwasannya data reliabel pada semua variabel dan bisa digunakan untuk uji yang selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini akan dilakukan uji regresi linear berbasis *Ordinary Least Square* (OLS), sebelum itu data harus memenuhi syarat statistik yaitu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dulu. OLS sendiri merupakan suatu metode ekonometrik di mana terdapat dua variabel didalamnya yaitu variabel *dependent* dan *independent*. Tujuan dilakukannya uji asumsi klasik adalah untuk meminimalkan jumlah kesalahan (error) dan apabila semua uji asumsi klasik terpenuhi, maka akan dapat menghasilkan estimasi yang baik, sehingga memberikan kepastian bahwa persamaan regresinya tepat dan konsisten. Pada uji asumsi klasik ini akan dilakukan beberapa uji yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji asumsi yang pertama yaitu normalitas, tahapan pada uji ini melalui metode *Kolmogorof-Smirnof* dengan tujuan guna mengecek apakah data yang dipakai memiliki distribusi yang normal atau tidak, adapun ketentuan pada uji ini adalah bisa diambil kesimpulan data memiliki distribusi yang normal apabila nilai signifikansi $> 0,1$.

Berdasarkan output dari uji normalitas diketahui nilai signifikansi (0,202) di mana nilai ini melebihi 0,1. Hal ini menjelaskan bahwasannya

seluruh data yang digunakan memiliki distribusi yang normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tahap ini dimaksudkan guna menguji apakah pada setiap variabel *dependent* pada model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau tidak. Hal ini dilakukan karena jika variabelnya memiliki korelasi/hubungan yang tinggi, akan mempengaruhi juga dalam hubungan antara variabel *dependent* dan *independent* akan terganggu. Dengan pedoman tidak terjadi multikolinieritas jika data memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$.

Berdasarkan pada output dari hasil analisis yang sudah dijalankan diketahui VIF pada variabel kualitas produk (2,223) $< 10,00$; fasilitas (3,045) $< 10,00$; kualitas pelayanan (2,206) $< 10,00$. Dari sini, hasil tersebut dapat dikatakan bahwa tidak ada multikolinieritas pada data.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji selanjutnya adalah uji heteroskedastisitas untuk menilai pada residual data satu pengamatan memiliki perbedaan dalam varian atau tidak, suatu data dikatakan baik apabila data tersebut terbebas dari heteroskedastisitas atau disebut data homoskedastisitas. Pada uji ini peneliti memakai metode *spearman' rho*, di mana pada metode ini data dinyatakan tidak heteroskedastisitas jika signifikansi senilai $> 0,1$.

Dari uji yang dilakukan didapati pada variabel kualitas produk (0,930), fasilitas (0,589), dan kualitas pelayanan (0,931), di mana semuanya memiliki nilai yang melebihi 0,1. Hal tersebut menjelaskan bahwasannya data berjenis homoskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tujuan dari dilakukan uji ini guna mengetahui pada data yang diuji memiliki hubungan antara kesalahan yang mengganggu pada periode observasi saat ini dan pada observasi sebelumnya atau tidak. Untuk menguji

autokorelasi peneliti menggunakan metode *Durbin-Watson*, dengan menggunakan nilai *d* dari uji *Durbin-Watson* untuk mendapatkan kesimpulan.

Berdasarkan data output pada hasil uji yang dilakukan, diketahui nilai *Durbin-Watson* adalah 2,064 dan nilai (4-DW) adalah 1,936. Sedangkan nilai pada tabel *Durbin-Watson* dengan menggunakan taraf 10% dengan rumus $(k;N) = (3;100)$ maka diperoleh nilai tabel pada *dL* (1,613), *dU* (1,736) dan nilai (4-*dL*) sebesar 2,387, (4-*dU*) sebesar 2,264. Sehingga diketahui

bahwa $dU < d$ sebesar $1,736 < 2,064$ dan $d < (4-dU)$ sebesar $2,064 < 2,264$, yang artinya tidak terdapat autokorelasi pada data.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi berganda merupakan suatu model regresi yang mana jumlah variabel bebasnya lebih dari satu. Tahap ini dijalankan guna mendapatkan penjelasan mengenai pengaruh suatu variabel kepada variabel lain. Tabel di bawah ini memperlihatkan hasil analisis yang sudah dijalankan:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
No.	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,604	2,096		-1,242	,217
2	Kualitas Produk	,322	,099	,253	3,254	,002
3	Fasilitas	,314	,089	,321	3,525	,001
4	Kualitas Pelayanan	,467	,093	,389	5,027	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer yang dianalisis

dengan SPSS oleh peneliti. Dengan melihat *output* regresi berganda pada tabel di atas diketahui persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -2,604 + 0,322 + 0,314 + 0,467 + 2,096$$

Dari persamaan tersebut bisa dipahami sebagai berikut:

- a. α = nilai (-2,604) memperlihatkan bahwasannya jika nilai dari X_1 , X_2 , dan X_3 sama sekali tidak berubah, sehingga konstanta Y akan tetap yaitu (-2,604).
- b. b_1 = nilai (0,322) memperlihatkan bahwasannya jika nilai dari X_1 meningkat, maka Y juga akan meningkat sebesar (0,322) diasumsikan dalam hal ini tidak terdapat peningkatan pada konstanta nilai X_2 dan X_3 .
- c. b_2 = nilai (0,314) memperlihatkan bahwasannya jika nilai dari X_2 meningkat, maka Y juga akan meningkat sebesar (0,314) diasumsikan dalam hal

ini tidak terdapat peningkatan pada konstanta nilai X_1 dan X_3 .

- d. b_3 = nilai (0,467) memperlihatkan bahwasannya jika nilai dari X_3 meningkat, maka Y juga akan meningkat sebesar (0,467) diasumsikan dalam hal ini tidak terdapat peningkatan pada konstanta nilai X_1 dan X_2 .

4. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji ini dijalankan guna memperoleh penjelasan mengenai pengaruh secara keseluruhan atau bersama variabel bebas kepada variabel terikat. Untuk output hasil dari analisis ini bisa dilihat pada tabel 2. Di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
No.	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1483,426	3	494,475	90,708	,000 ^b
2	Residual	523,324	96	5,451		
3	Total	2006,750	99			

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

Sumber: Data primer yang dianalisis dengan SPSS oleh peneliti.

Dengan melihat tabel tersebut maka bisa diinterpretasikan seperti berikut:

Hasil dari perhitungan diperoleh bahwasannya nilai sig. 0,000 yang melebihi 0,05 serta Fhitung melebihi Ftabel (90,708 > 2,698), dengan hasil yang demikian jadi pada penelitian ini H₄ diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap

kepuasan konsumen pada Angkringan Pule.

b. Uji T (Parsial)

Guna memperoleh penjelasan tentang pengaruh yang diberikan antara satu variabel bebas secara sendiri-sendiri kepada variabel terikatnya, maka perlu dijalankan tahap uji T. Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil analisis data bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
No	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,604	2,096		-1,242	,217
2	Kualitas Produk	,322	,099	,253	3,254	,002
3	Fasilitas	,314	,089	,321	3,525	,001
4	Kualitas Pelayanan	,467	,093	,389	5,027	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer yang dianalisis dengan SPSS oleh peneliti.

Dengan melihat tabel hasil uji T di atas dengan menggunakan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (100-3-1) = 96$, sehingga di peroleh nilai t_{tabel} sebesar 1,661. Berikut interpretasi dari masing-masing variabel:

a. Variabel Kualitas Produk

Dengan melihat hasil uji diperoleh nilai t_{hitung} (3,254) yang melebihi t_{tabel} (1,661), dan juga diperoleh nilai signifikansi (0,002) yang kurang dari (0,05). Yang menjelaskan

bahwasannya hipotesis dalam penelitian ini H₁ diterima dan H₀ ditolak, yang artinya kualitas produk memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan konsumen pada Angkringan Pule.

b. Variabel Fasilitas

Berdasarkan hasil analisis didapati hasil t_{hitung} (3,525) melebihi t_{tabel} (1,661) serta didapati signifikansi (0,001) kurang dari (0,05). Yang

menjelaskan bahwasannya hipotesis dalam penelitian ini H_2 diterima dan H_0 , yang artinya fasilitas memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan konsumen pada Angkringan Pule.

- c. Variabel Kualitas Pelayanan
Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai t_{hitung} (5,027) lebih besar dari t_{tabel} (1,661), dan juga diperoleh nilai signifikansi (0,000) yang kurang dari (0,05). Hal ini berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_3 diterima dan H_0 ditolak, yang artinya kualitas

pelayanan berpengaruh yang baik pada kepuasan konsumen Angkringan Pule.

5. Uji Koefisien Determinasi (R_2)

Suatu ukuran guna menilai seberapa besaran variabel bebas memberikan sumbangan kepada variabel terikatnya disebut dengan koefisien determinasi (R_2), di mana apabila nilai dari *R square* semakin besar hal ini akan memperlihatkan garis regresi yang terbentuk semakin bagus, sebaliknya apabila nilainya semakin kecil akan memperlihatkan bahwa garis regresi yang terbentuk kurang bagus.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,860 ^a	,739	,731	2,335
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Fasilitas				

Sumber: Data primer yang dianalisis dengan SPSS oleh peneliti

Dengan melihat tabel tersebut didapati bahwa R square bernilai (0,739), sehingga dapat diartikan bahwasannya kualitas produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara bersamaan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Angkringan Pule senilai (73,9%). Kemudian sebagian lainnya senilai (100-73,9 = 26.1%) dipengaruhi variabel selain yang dipakai pada penelitian ini.

2. PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Angkringan Pule

Dengan berdasar pada analisis yang sudah dijalankan didapati bahwasannya variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang baik kepada kepuasan konsumen pada Angkringan Pule. Hal tersebut menjelaskan bahwasannya dengan meningkatkan kualitas produk, juga akan mampu meningkatkan kepuasan konsumennya. Hasil ini relevan dengan teori dari Berdasarkan pendapat David Garvin dalam (Arianto & Difa, 2020), sebagai acuan dalam penentuan kualitas produk dapat digunakan delapan indikator sebagai

berikut, kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*); perlengkapan produk (*features*); produk yang handal (*reability*); ketahanan produk (*durability*); mudah diperbaiki (*serviceability*); kinerja (*performance*); tampilan yang menarik (*asthetics*); kesesuaian (*conformance*).

Kemudian hasil tersebut diperjelas juga oleh (Sukmawati, 2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Temuan studi yang dilakukan secara singkat diketahui bahwasannya variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang baik kepada variabel kepuasan konsumen, begitu juga variabel harga serta kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang baik kepada kepuasan konsumen.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Angkringan Pule

Hasil dari pada analisis yang sudah dijalankan didapati bahwasannya variabel fasilitas memberikan pengaruh yang baik kepada kepuasan konsumen Angkringan Pule. Maksud dari hasil ini adalah apabila semakin lengkap fasilitas atau dengan adanya fasilitas yang

memadai akan meningkatkan kepuasan pada diri konsumen.

Hasil ini relevan dengan teori menurut Menurut Tjiptono dalam (Setiawan et al., 2019) dalam fasilitas terdapat hal yang menjadi patokan atau indikator meliputi: merencanakan ruangan; perlengkapan/perabotan; pertimbangan/perencanaan spasial; mural atau kata kata yang menarik pada tempat tertentu; unsur pendukung; penataan cahaya dan pewarnaan

Kemudian hasil tersebut diperjelas juga oleh (Jayusman et al., 2022) yang berjudul Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Oikos Cafe Pangkalan Bun. Hasil dari penelitian tersebut secara singkat menunjukkan bahwa dengan memberikan fasilitas dengan sangat baik maka akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan cafe.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Angkringan Pule

Dengan melihat hasil uji data yang dilakukan diperoleh bahwasannya variabel kualitas pelayanan memberikan dampak yang baik kepada kepuasan konsumen Angkringan Pule. Di mana hal tersebut menjelaskan bahwasannya apabila semakin lengkap atau dengan meningkatkan kualitas pelayanan, akan berdampak baik pada kepuasan yang konsumen dapatkan. Hasil ini relevan dengan teori Tjiptono dalam (Maramis et al., 2018). Indikator yang bisa digunakan dalam menilai kualitas pelayanan meliputi: memiliki wujud; memiliki respon yang baik; memiliki keahlian/handal; menjamin apa yang dilakukan; empati yang baik.

Hasil ini diperkuat oleh (Pantilu et al., 2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. Diketahui pada studi yang dilakukan tersebut bahwa bahwasannya variabel harga, kualitas layanan dan fasilitas memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Bendito baik secara per-variabel maupun bersamaan. Sedangkan variabel yang paling mendominasi merupakan variabel harga.

Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Angkringan Pule

Melalui pengujian data yang sudah dilakukan bisa diketahui bahwa variabel kualitas produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara keseluruhan memberikan pengaruh yang signifikan serta positif terhadap kepuasan konsumen pada Angkringan Pule dengan proporsi nilai dari koefisien determinasi (R_2) (0,739) sama dengan (73,9%). Sedangkan sebagian sisanya yang senilai (26,1%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

Sehingga dengan berdasar pada hasil penelitian yang dilakukan bisa disimpulkan bahwasannya kualitas produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara keseluruhan memberikan dampak yang baik kepada kepuasan konsumen pada Angkringan Pule.

V. PENUTUP

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Kualitas produk memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan pelanggan Angkringan Pule. Dalam hal ini apabila kualitas produk yang diberikan semakin baik, maka akan meningkatkan kepuasan pada diri konsumen.
2. Fasilitas memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan pelanggan Angkringan Pule. Dalam hal ini apabila fasilitas yang diberikan semakin baik, maka akan meningkatkan kepuasan pada diri konsumen.
3. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan pelanggan Angkringan Pule. Dalam hal ini apabila semakin komprehensif atau semakin baik kualitas layanan, maka akan meningkatkan kepuasan pada diri konsumen.
4. Kualitas produk, fasilitas dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan pelanggan Angkringan Pule yaitu sebesar 73,9%. Dan sisanya yaitu ($100-73,9 = 26,1\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dipakai pada penelitian ini.

SARAN

1. Diharapkan pada angkringan Pule memberikan fasilitas yang nyaman dan lebih unggul dari angkringan lainnya untuk

- menarik dan meningkatkan loyalitas konsumen.
2. Selanjutnya Angkringan Pule agar selalu memperhatikan serta mempertahankan kualitas produk sehingga loyalitas konsumen di Angkringan Pule akan tambah meningkat
 3. Berdasarkan pada penelitian ini, diharapkan untuk Angkringan Pule agar lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumen Angkringan Pule, seperti dalam hal memberikan respon maupun solusi yang tanggap apabila terjadi permasalahan konsumen dalam hal produk yang diterimanya di Angkringan Pule sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
 4. Bagi peneliti selanjutnya, hasil ini kami berharap untuk bisa menggunakan maupun meneliti variabel lain, selain variabel yang digunakan di dalam penelitian ini agar lebih memperoleh hasil yang lebih bagus serta bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108. <https://doi.org/10.32493/Drb.V3i2.6299>
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen: (Effect Of Service Quality, Product Quality And Price On Consumer Satisfaction). *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.V1i01.2>
- Hidayat, R., Arief, M. Y., & Pramesthi, R. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Sky Garden Wonoboyo Di Bondowoso. 1(4), 11.
- Jayusman, H., Khotimah, S., & Damanik, G. O. S. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Oikos Cafe Pangkalan Bun. 10(2), 8.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. 10.
- Maretza Naufal Fishendra. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Kliri Coffee And Space Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 66–73. <https://doi.org/10.56910/jvm.V8i1.199>
- Novananda, B. I., & Gunaningrat, R. (2021). Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Angkringan Pak Heru Di Wonogiri. 9.
- Pantilu, D., Koleangan, R. A. M., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. 10.
- Saputra, A. W. T., & Sari, N. R. (N.D.). Pengaruh Promosi, Demografis, Pengalaman, Dan Trend Terhadap Keputusan Pembelian Produk Apparel Motor “Prostreet” Di Tokopedia. 23.
- Setiawan, R., Kosasih, K., & Sudrajat, A. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang. *Buletin Studi Ekonomi*, 167. <https://doi.org/10.24843/Bse.2019.V24.10.2.P01>
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. 7, 13.
- Syahsudarmi, S. (2018). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru. *Journal Development*, 6(1), 47–60. <https://doi.org/10.53978/jd.V6i1.67>
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. 10.