

## Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Wizzmie (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Adinda Saputri<sup>1</sup>, Suharyanto<sup>2</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>

Email : [adindasaputri@gmail.com](mailto:adindasaputri@gmail.com)<sup>1</sup>, [suhariyanto@unipasby.ac.id](mailto:suhariyanto@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan beraneka ragam kuliner. Kuliner adalah sesuatu yang disukai oleh sebagian besar masyarakat. Kuliner menjadi topik yang populer dan menarik bagi banyak orang, baik sebagai hobi, maupun sebagai pekerjaan. Oleh karena itu, makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi setiap hari dan masyarakat dari berbagai negara dan budaya memiliki kekayaan kuliner yang berbeda-beda. Wizzmie merupakan salah satu tempat makanan mie khususnya bagi para pelajar dan masyarakat umum dan sebagai salah satu makanan yang praktis dan terjangkau serta mudah dan cepat disajikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan Kualitas Produk dan layanan Wizzmie dengan Kepuasan Pelanggan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dengan jumlah responden 168 dan sampel 63 responden dengan menggunakan teknik pengumpulan data *nonprobability sampling* accidental sampling. Data diperoleh berdasarkan kuesioner sebagai alat yang dibagikan kepada responden. Uji t menunjukkan adanya hubungan yang substansial dan parsial antara Kepuasan Konsumen dengan Kualitas Produk (X1). Kualitas Layanan (X2) sangat mempengaruhi Kepuasan pelanggan. Uji F menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut secara simultan mempengaruhi kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan

### ABSTRACT

*Indonesia is a country with a wide variety of culinary delights. Culinary is something that is loved by most people. Culinary has become a popular and interesting topic for many people, either as a hobby, or as a job. Therefore, food and drink are basic human needs that must be met every day and people from various countries and cultures have different culinary riches. Wizzmie is a popular noodle restaurant that caters to students and the general public. Offering practical and economical food options that are quick and easy to serve. The aim of this research is to find out, among students of the Management Study Program at PGRI Adi Buana University in Surabaya, Indonesia, how product and service quality influences customer satisfaction with Wizzmie products. Of the total 168 participants, 63 were selected using Accidental Sampling, a nonprobability sampling technique, for this study. Questionnaires are administered to individuals to collect their information. The t test shows a substantial and partial relationship between Consumer Satisfaction and Product Quality (X1). Quality of Service (X2) greatly affects customer satisfaction. Test F shows that both factors simultaneously affect customer satisfaction..*

**Keyword :** Product Quality, Service Quality, and Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan beraneka ragam kuliner. Istilah kata "kuliner" dalam bahasa Indonesia merupakan kata baru yang diperoleh yang diubah dari kata "culinary" dalam bahasa Inggris, kata "kuliner" menjadi istilah baru yang berasal dari bahasa Inggris. Meskipun etimologi kata "kuliner" tidak jelas, bagaimana kata "kuliner" berasal dari kata "kuliner" masih belum diketahui pasti (Wirawan et al., 2022). Wizzmie merupakan salah satu tempat makanan mie khususnya bagi para pelajar dan masyarakat umum. Wizzmie sangat populer di kalangan mahasiswa manajemen angkatan 2020 sebagai salah satu makanan yang praktis dan terjangkau serta mudah dan cepat disajikan. Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 menjadi salah satu subjek dengan memperoleh informasi yang sedang booming, serta mahasiswa akan selalu update dengan informasi khususnya mengenai produk makanan yang sedang populer saat ini merupakan ciri khas remaja yang memiliki rasa ingin tahu dan ingin mencoba makanan terbaru.

Kualitas Produk menurut Alma (2016), Kualitas Produk mengacu pada penggabungan atribut barang dan jasa secara komprehensif, yang mencakup pemasaran, teknik, manufaktur, dan pemeliharaan, yang memastikan bahwa produk dan layanan memenuhi harapan klien. Kualitas layanan mengacu pada evaluasi yang dilakukan klien mengenai tingkat layanan yang mereka dapatkan. Pelanggan mempunyai harapan yang pasti terhadap pelayanan yang baik agar dapat merasakan kepuasan Mariansyah et al. (2020). Kepuasan Pelanggan merupakan ukuran seberapa baik kinerja suatu produk sesuai dengan harapan seseorang sebagai konsumen. Kinerja produk yang tidak memadai mengakibatkan ketidakpuasan dan kekecewaan klien. Di sisi lain, pelanggan senang jika produk berfungsi sesuai harapan. Pelanggan puas ketika kinerja produk lebih baik dari yang diharapkan Kotler & Keller (2013).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Kualitas Produk dan layanan Wizzmie mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan mahasiswa manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi harus mengutamakan keunggulan produk dan layanan, karena keduanya berkontribusi langsung terhadap kepuasan pelanggan.

## METODE PENELITIAN

Dalam pengambilan data, data kuesioner dilakukan secara offline. Pernyataan – pernyataan tersebut akan dibagikan kepada responden dan pernyataan tersebut merupakan kompilasi dari beberapa indikator variabel yang telah dipilih agar merangkai seperangkat instrumen dalam tanggapan ataupun pernyataan. Faktor-faktor dalam penelitian ini dinilai melalui skala Likert, khususnya dengan memberikan nilai numerik pada setiap respons. Keabsahan data dievaluasi berbagai uji. Kemudian, data dianalisis regresi linear berganda serta koefisien determinasi  $R^2$ . Dalam pengujian studi ini menerapkan 2 cara, yaitu pengujian hipotesis uji secara parsial (uji-t) dan uji secara simultan (uji-F).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Ujivaliditas

Uji validitas menggunakan nilai keakuratan dan reliabilitas suatu kuesioner. Kuesioner penilaian yang digunakan sudah sesuai untuk menentukan variabel yang diukur. Jika nilai r hitung melebihi nilai kritis r pada tingkat signifikansi 0,3. Hasil Ujivaliditas ditampilkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	R - Hitung	Corelate	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1.1	0,756	0,3	Valid
	X1.1.2	0,581	0,3	Valid
	X1.1.3	0,511	0,3	Valid
	X1.2.1	0,660	0,3	Valid
	X1.2.2	0,753	0,3	Valid
	X1.2.3	0,612	0,3	Valid
	X1.3.1	0,730	0,3	Valid
	X1.3.2	0,766	0,3	Valid
	X1.3.3	0,720	0,3	Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1.1	0,691	0,3	Valid
	X2.1.2	0,749	0,3	Valid
	X2.2.3	0,839	0,3	Valid
	X2.2.1	0,775	0,3	Valid
	X2.2.2	0,794	0,3	Valid
	X2.2.3	0,750	0,3	Valid
	X2.3.1	0,721	0,3	Valid
	X2.3.2	0,670	0,3	Valid
	X2.3.3	0,829	0,3	Valid
	X2.4.1	0,677	0,3	Valid
	X2.4.2	0,758	0,3	Valid
	X2.4.3	0,736	0,3	Valid
	X2.5.1	0,830	0,3	Valid
	X2.5.2	0,828	0,3	Valid
	X2.5.3	0,873	0,3	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1.1	0,607	0,3	Valid
	Y.1.2	0,640	0,3	Valid
	Y.1.3	0,865	0,3	Valid
	Y.2.1	0,895	0,3	Valid
	Y.2.2	0,774	0,3	Valid
	Y.2.3	0,826	0,3	Valid
	Y.3.1	0,814	0,3	Valid
	Y.3.2	0,836	0,3	Valid
	Y.3.3	0,781	0,3	Valid

Sumber : Lampiran Output SPSS Data Diolah (2024)

Dari tabel uji validitas, bisa disimpulkan bahwa seluruh nilai r tabel semakin besar dari r hitung, sehingga seluruh data dapat dikatakan *valid*.

### Uji Reliabilitas

Evaluasi Konsistensi Ketergantungan masing-masing indikator pada kuesioner penelitian ditentukan melalui uji reliabilitas. Penyelidikan menghasilkan koefisien reliabilitas berikut :

**Tabel Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,766	0,60	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	0,769	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,782	0,60	Reliabel

Sumber : Lampiran Output SPSS Data Diolah (2024)

Nilai reliabilitas alpha Cronbach >0,60. sehingga item pernyataan dalam kuesioner layak digunakan dan dilanjutkan analisis data.

### Uji Normalitas

Salah satu cara untuk memeriksa apakah variabel terikat atau bebas model regresi mengikuti distribusi normal adalah dengan menjalankan data melalui uji normalitas data. Uji Non-Parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S), yang menghasilkan nilai p lebih besar dari 0,05, membuktikan temuan penelitian tersebut. Berikut hasil tesnya:

**Tabel Uji Normalitas**

		Unstandarized Residual
.N		63
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	1.82415223
	Positive	0.153
	Negative	0.153
		-0.134
Kolmogorov-Smirnov Z		0.153
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.001 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig	0.092 <sup>d</sup>

Sumber : Lampiran Output SPSS Data Diolah (2024)

Temuan uji dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi Monte Carlo. Nilai p pada uji dua sisi adalah 0,092 yang menunjukkan bahwa Data penelitian ini layak untuk dianalisis karena berdistribusi normal.

### Uji Multikoleniaritas

Uji multikoleniaritas menentukan apakah variabel independen model regresi saling berhubungan. Untuk mendeteksi multikoleniaritas, periksa VIF dan tingkat toleransi Ghazali (2018). Berikut hasil pengujian yang dikumpulkan menggunakan SPSS Versi 20.0 :

**Tabel Uji Multikoleniaritas**

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk	0.415	2.410
Kualitas Layanan	0.415	2.410

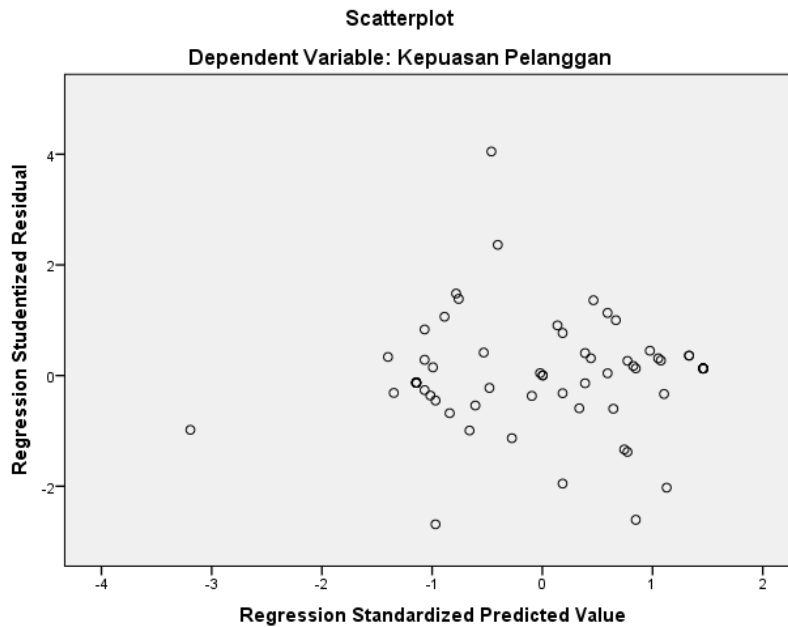
Sumber : Lampiran Output SPSS Data Diolah (2024)

Seperti terlihat pada tabel 4.9, seluruh variabel memiliki nilai toleransi lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Hipotesis multikolinearitas tidak didukung dalam penyelidikan ini.

### Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas memeriksa apakah residu model regresi mengubah varian antar observasi Ghozali (2018). hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar berikut :

**Tabel Uji Heteroskedastisitas**



Heteroskedastisitas tidak terjadi dalam model regresi jika titik-titik data tersebar secara acak di atas dan di bawah nilai sumbu Y 0.

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk memastikan adanya korelasi antar titik data dalam suatu rangkaian yang diamati dan dianalisis berdasarkan faktor spasial atau temporal, seperti cross-section atau timeseries. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh sebagai berikut :

### Tabel Uji Autokorelasi

Durbin Watson
1.921

Sumber : Lampiran Output SPSS Data Diolah (2024)

Dari perhitungan yang dilakukan sebelumnya, kita dapat menyimpulkan bahwa DurbinWatson sebesar 1,921 berada di antara 1,6581 dan 2,3419 untuk 4 - dU. Dengan demikian, autokorelasi tidak ada dalam penyelidikan kami.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam regresi berganda, untuk mengevaluasi potensi hubungan antara kedua variabel, jalankan studi regresi linier multivariat. Untuk mempermudah proses komputasi, manfaatkan bantuan software IBM SPSS versi 20.0 untuk mendapatkan hasil selanjutnya :

### Tabel Uji Regresi LinierBerganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized
	B	Std. Error	Coefficients Beta
(Constant)	2.089	2.976	
Kualitas Produk	0.248	0.114	0.212
Kualitas Layanan	0.420	0.058	0.701

Sumber : Lampiran Output SPSS Data Diolah (2024)

Dapat dinyatakan bahwa hasil data yang diperoleh diatas menyatakan Koefisiensi *constant* terhitung:

$$Y = 2.089 + 0.248X_1 + 0.420X_2 + e$$

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi didasarkan pada nilai Adjusted Rsquare. Menggunakan nilai R-kuadrat yang dikoreksi. Koefisien determinasi memberikan hasil sebagai berikut :

### Tabel Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.874	0.764	0.756	1.854

Sumber : Lampiran Output SPSS Data Diolah (2024)

nilai Adjusted R Squared sebesar 0,756 atau 75,6%. Koefisienkorelasi (R) sebesar 0,874 menunjukkan adanya hubungan yang kuat.

Perangkat lunak SPSS Versi 20 digunakan untuk melakukan uji hipotesis pada studi ini. Penjelasan masing – masing factor tersebut disajikan dibawah ini :

### Uji-t (Parsial)

Uji-t menentukan apakah suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Untuk melaksanakan tes, kami membandingkan sig. level ke level alpha yang telah ditentukan (0,05). Dari hasil pengujian diperoleh tabel sebagai berikut :

**Tabel Uj -t (Parsial)**

Model	t	Sig.	Kesimpulan
Kualitas Produk (X1)	2.181	0.033	Berpengaruh
Kualitas Layanan (X2)	7.191	0.000	Berpengaruh

Sumber : Lampiran Output SPSS Data Diolah (2024)

Dari hasil tabel sebelumnya dapat disimpulkan jika:

1. Variabel Kualitas Produk (X1) mempunyai nilai sebesar 2,181 dan signifikansi 0,033. Kami menolak H0 dan menerima H1 karena 0,033 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Variabel Kualitas Layanan (X2) mempunyai nilai sebesar 7,191 dan signifikansi 0,000. Kami menolak H0 dan menerima H1 karena 0,000 kurang dari 0,05. Variabel Kualitas Layanan (X2) berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

### Uji – F (Simultan)

Penelitian ini menggunakan uji F untuk menilai kemampuan model dalam memprediksi pengaruh gabungan variabel dependen terhadap komponen independen. Tabel menolak H0 dan menerima H1 apabila nilai signifikansi (nilai Sig) kurang dari 0,05. Dari hasil pengujian tabel sebagai berikut:

**Tabel Uji – F (Simultan)**

Model	F	Sig.
Regression	96.944	0.000 <sup>b</sup>

Sumber : Lampiran Output SPSS Data Diolah (2024)

Kami memperkirakan 96,944 sebagai nilai F dengan signifikansi 0,000<sup>b</sup>. Hasil observasi signifikan secara statistik karena 0,000 kurang dari 0,05. Data ini menolak hipotesis nol H0 dan memvalidasi hipotesis alternatif H1. Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Layanan (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara simultan.

## Simpulan

1. Kualitas Produk mendapatkan dampak cukup tinggi pada Kepuasan Pelanggan
2. Kualitas layanan memperoleh signifikan dengan cukup tinggi dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan
3. Tingkat Kepuasan Pelanggan sangat dipengaruhi oleh Kualitas Produk atau Kualitas Layanan

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Pemasaran Jasa* (Cetakan Ke). Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25* (9th ed.).
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan ke). Erlangga.
- Mariansyah, A., Darma, U. B., Syarif, A., & Darma, U. B. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Harga*. 3(2), 134–146.
- Wirawan, P. E., Sudjana, I. M., Arianty, A. . A. A. S., & Dewi, I. G. A. M. (2022). Implementasi Strategi Bertahan dan Berkembang Wisata Kuliner Di Era New Normal. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 152–162. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.49652>