

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Buguri di Kota Makassar

Nurafini Anggraini¹, Agus Syam², Muhammad Alfa Sikar³, Mahmuddin⁴, Pahrul⁵,

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

E-mail: nurafinianggraini0304@gmail.com¹, agus.syam@unm.ac.id², m.alfa.sikar@unm.ac.id³,
mahmuddin@unm.ac.id⁴, pahrul@unm.ac.id⁵

Article History:

Received: 27 Februari 2026

Revised: 21 Maret 2026

Accepted: 30 Maret 2026

Keywords: *kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan konsumen.*

Abstrac: *Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Buguri di Kota Makassar. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungan antar variabel. Data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 100 responden yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling, yaitu konsumen yang telah berkunjung dan makan di tempat minimal tiga kali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial, kualitas layanan memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan kualitas produk, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi yang lebih tinggi. Secara simultan, kedua variabel mampu menjelaskan 74,7% variasi kepuasan konsumen, yang menunjukkan kuatnya kontribusi faktor layanan dan produk dalam membentuk pengalaman konsumsi. Temuan ini menegaskan bahwa dalam industri kuliner yang kompetitif, peningkatan kualitas layanan dan konsistensi kualitas produk merupakan faktor kunci dalam menciptakan kepuasan konsumen. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan strategi pemasaran berbasis kualitas guna meningkatkan daya saing usaha kuliner di tingkat lokal.*

PENDAHULUAN

Menurut Tjiptono, kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian untuk memenuhi harapan konsumen. Tjiptono dan Chandra menambahkan bahwa kualitas layanan diukur dari sejauh mana layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen (Mentang *et al.*, 2021). Dengan kata lain, kualitas layanan dinilai berdasarkan persepsi konsumen, bukan penyedia jasa. Layanan dikatakan baik jika mampu memenuhi ekspektasi dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Ketika konsumen puas, potensi loyalitas mereka meningkat.

Menurut Kotler dan Keller, kualitas produk adalah kemampuan suatu barang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Tjiptono menambahkan bahwa kualitas produk mencakup berbagai aspek termasuk produk, jasa, dan lingkungan, serta bersifat dinamis (Mentang *et al.*, 2021). Kualitas produk dinilai dari kemampuan fungsionalnya, keandalan, kemudahan penggunaan, dan atribut bernilai lainnya. Dalam industri kuliner yang kompetitif, konsumen semakin memperhatikan faktor kesehatan, keamanan, dan konsistensi produk. Oleh karena itu, warung makan perlu terus meningkatkan kualitas produknya secara menyeluruh untuk memenuhi ekspektasi konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan kunci utama dalam membangun keberhasilan dan keberlanjutan sebuah usaha, termasuk di bidang kuliner seperti warung makan. Kepuasan menurut Kotler adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Daryanto dan Setyobudi, menjelaskan bahwa kepuasan merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi (Mentang *et al.*, 2021). Kepuasan konsumen tercipta Ketika harapan konsumen tidak hanya terpenuhi, tetapi juga melebihi ekspektasi.

Keseimbangan antara kualitas layanan dan kualitas produk dapat dijadikan kekuatan besar bagi Perusahaan untuk mempertahankan posisi produk yang ditawarkan sebagai alternatif kepuasan konsumen. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kombinasi antara kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merujuk pada terjadinya kepuasan konsumen terhadap proses yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya (Ibrahim & Ali, 2024).

Rumah Makan Buguri, yang berdiri sejak 1990-an di Jl. Urip Sumoharjo, Makassar, menawarkan pengalaman makan dengan perpaduan masakan tradisional dan sentuhan modern. Menggunakan bahan segar dan proses higienis, Buguri menyajikan cita rasa autentik yang mengingatkan pada masakan rumahan. Nama "Buguri" singkatan dari "bumbu gurih," menggambarkan rasa khas tiap hidangan. Dengan suasana nyaman dan konsep inovatif, Buguri tidak hanya menambah variasi kuliner di Makassar, tapi juga melestarikan warisan budaya kuliner Nusantara, sekaligus mengikuti tren kuliner praktis tanpa mengorbankan kualitas dan keaslian rasa.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metodologi kuantitatif untuk menjelaskan temuan-temuan peneliti selanjutnya. Kegiatan analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data mengenai variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Penarikan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling aksidental dikarenakan populasi yang tidak diketahui pasti. Accidental sampling, atau yang lebih dikenal sebagai convenience sampling, adalah teknik pengambilan sampel di mana responden dipilih secara kebetulan. Menurut Sugiyono Accidental Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada siapa sajan yang bertemu dengan peneliti digunakan sampel, seperti konsumen rumah makan buguri yang telah berkunjung dan makan di tempat minimal tiga kali yang akan dijadikan sampel penelitian (Istanti *et al.*, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat tiga karakteristik yang yang dimasukkan kedalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, usia dan pekerjaan denga total 100 responden. Karakteristik jenis kelamin bahwa dari 100

pelanggan rumah makan buguri yang menjadi responden , terdapat laki-laki sebanyak 44 orang dan perempuan sebanyak 56 orang sehingga yang menjadi dominan pada penelitian ini adalah responden perempuan. Pada karakteristik usia yang telah ditentukan, interval usia <25 tahun sebanyak 65 orang, interval usia 25-29 tahun sebanyak 21 orang, dan interval usia >29 tahun sebanyak 14 orang. Pada karakteristik pekerjaan pada mahasiswa/mahasiswi sebanyak 44 orang, pada siswa sebanyak 6 orang dan karyawan sebanyak 50 orang.

Analisis Data

1. Uji validitas dan reliabilitas

Pada uji validitas kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena r hitung dari masing-masing pernyataan lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,195 pada tingkat signifikan 0,05. Pada uji reliabilitas seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, hal ini ditunjukkan oleh nilai cronbach's Alpha pada ketiga variabel yang masing-masing lebih besar dari 0,06 yang telah memenuhi kriteria standar reliabilitas.

2. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas memiliki nilai signifikan Asymp 0,200 yang lebih besar dari signifikan 0,5 yang menunjukkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

3. Uji multikolonearitas

Berdasarkan hasil uji multikolonearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel kualitas layanan dan kualitas produk sebesar $0,413 > 0,000$ dan nilai variabel inflatin factor $2,424 < 10$ maka tidak terjadi multikolonearitas pada penelitian ini.

4. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang telah di uji menggunakan uji glejser, kedua variabel yang di uji memiliki nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

5. Uji Analisis Regresi Berganda

Hasil uji analisis regresi berganda pada penelitian ini menunjukkan hubungan antara variabel independent terhadap kualitas layanan memiliki koefisien sebesar 0,486 yang berarti pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen terbesar dan berpengaruh signifikan. Kemudian kualitas produk memiliki koefisien sebesar 0,334 yang berarti pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen besar dan berpengaruh signifikan.

6. Uji Hipotesis

Hasil uji parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan buguri dengan nilai t hitung = 7,205 dengan nilai $p = 0,000$ menunjukkan bahwa $p < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pada kualitas layanan menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan buguri dengan nilai t hitung = 4,299 dengan nilai $p = 0,000$ menunjukkan bahwa $p < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sedangkan hasil uji simultan berdasarkan uji F , diperoleh nilai F Hitung sebesar 142,842 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai F hitung $(142,842) > F$ tabel 3,09 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan buguri

7. Uji Koefisien determinatif

Berdasarkan ringkasan model, diperoleh nilai R sebesar 0,864, yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen (kualitas layanan, kualitas produk) dan variabel

dependen (kepuasan konsumen). Nilai R square 0,747(74,7%) menunjukkan bahwa variabel-variabel independent ini dapat menjelaskan 74,7% variasi dalam kepuasan konsumen yang cukup baik. Nilai R sebesar 0,741 mengindikasikan bahwa model masih efektif dalam memprediksi kepuasan konsumen setelah pertimbangan jumlah indikator. Sementara itu standar *error of the estimate* sebesar 2,80725 menunjukkan tingkat kesalahan model dalam memprediksi nilai keunggulan dalam bersaing.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas layanan berpengaruh signifikan kepuasan konsumen pada rumah makan buguri di kota makassar nilai t hitung = 7,205 , dengan $p=0,000$ menunjukkan bahwa $p<0,05$ maka H_{0a} ditolak dan H_1 diterima. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan buguri di kota makassar.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan menjadi salah satu indikator penting dalam keberhasilan usaha, Menurut Kotler dalam Wisnalmawati kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen (Tombeng *et al.*, 2019). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi konsumen. kualitas layanan dapat diukur dengan membandingkan tingkat layanan yang diberikan perusahaan dengan ekspektasi konsumen. Suatu layanan dapat dikatakan baik atau berkualitas jika mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Ketika konsumen merasa puas dengan layanan yang diterima, mereka berpotensi untuk kepuasan konsumen.

Berdasarkan dengan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan indikator kualitas layanan sangat berperan positif dalam menciptakan kepuasan konsumen, hal ini dapat dibuktikan dengan validnya seluruh butir pernyataan yang telah disajikan. Pada variabel kualitas layanan pada penelitian ini merupakan variabel dengan perolehan point tertinggi kedua yakni sebesar 3,52% pada pendistribusian data kuesioner yang menjadikan kualitas layanan pada rumah makan buguri baik. Meskipun telah terbukti bahwa kualitas layanan rumah makan buguri baik namun tentunya tidak hanya sampai disitu saja, akan tetapi rumah makan buguri akan selalu dapat menjaga kestabilan kualitas layanan bahkan tidak hanya dapat berhenti disitu saja.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ciciek Adhias Putri memiliki hasil analisis data dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di SFA Steak & Resto Karanganyar (Adhias Putri, 2021).

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk berpengaruh signifikan kepuasan konsumen pada rumah makan buguri di kota makassar nilai t hitung =4,299, dengan $p=0,000$ menunjukkan bahwa $p<0,05$ maka H_{0b} ditolak dan H_2 diterima. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan buguri di kota makassar.

Dalam peningkatan suatu usaha khususnya warung makan diperlukan sebuah kualitas yang dapat meyakinkan konsumen. Seperti kualitas produk dapat diartikan sebagai persepsi bahwa produk yang ditawarkan penjual memiliki keunggulan atau nilai tambah yang tidak ditemukan pada produk pesaing. Kotler and Armstrong menyatakan kualitas produk sebagai “*the ability of a product to perform its functions. It includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” (Tombeng *et al.*, 2019). “kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya Kualitas produk merupakan aspek paling penting dalam menentukan keberhasilan sebuah

warung makan”.

Berdasarkan dengan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan indikator kualitas produk sangat berperan positif dalam menciptakan kepuasan konsumen, hal ini dapat dibuktikan dengan validnya seluruh butir pernyataan yang telah disajikan. Pada variabel kualitas produk pada penelitian ini merupakan variabel dengan perolehan point tertinggi yakni sebesar 3,59% pada pendistribusian data kuesioner yang menjadikan kualitas produk pada rumah makan buguri sangat baik. Meskipun telah terbukti bahwa kualitas produk rumah makan buguri sangat baik namun tentunya tidak hanya sampai disitu saja, akan tetapi rumah makan buguri akan selalu dapat menjaga kestabilan kualitas produk bahkan tidak hanya dapat berhenti disitu saja.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Muh. Azri Ramadan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (Ramadhan *et al.*, 2023).

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 142,842 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai F hitung ($142,842 > F$ tabel 3,09 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan buguri di kota makassar.

Keseimbangan antara kualitas layanan dan kualitas produk dapat dijadikan kekuatan besar bagi Perusahaan untuk mempertahankan posisi produk yang ditawarkan sebagai alternatif kepuasan konsumen. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kombinasi antara kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merujuk pada terjadinya kepuasan konsumen terhadap proses yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya (Diksi *et al.*, 2016).

Pada variabel kepuasan konsumen ini merupakan variabel dengan perolehan point terendah yakni sebesar 3,51% pada pendistribusian data kuesioner yang menjadikan variabel kepuasan konsumen terkesan tidak puas. Meskipun point yang didapatkan tidak begitu jauh poinnya diantara dua variabel lainnya akan tetapi kepuasan konsumen termasuk kedalam kategori tidak baik dan tentunya harus ada perbaikan.

Penelitian ini sejalan dengan Lis Maulida, yaitu hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah makan ayam goreng nelongso (Diksi *et al.*, 2016).

KESIMPULAN

Kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah diperoleh sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan buguri di kota makassar.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan buguri di kota makassar.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan buguri di kota makassar.

Saran yang peneliti berikan berdasarkan hasil yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Bagi usaha rumah makan buguri untuk mendapatkan kepuasan konsumen tentu tidak mudah, akan tetapi dapat memberikan kesan yang tidak mudah dilupakan kepada konsumen yang menjadi motivasi saya untuk melakukan penelitian ini. Selalu menjaga agar tetap

- konsisten pada kuantitas layanan, kualitas produk agar dapat lebih meningkatkan kepuasan konsumen dan dapat lebih berkembang kedepannya.
2. Konsumen dapat memberikan informasi ketika mendapatkan respon yang baik dan juga penawaran yang baik sehingga dapat mempromosikan secara tidak langsung usaha rumah makan buguri. Dengan menyediakan kotak saran di rumah makan buguri.
 3. Memberikan sambutan hangat kepada konsumen yang datang ke rumah makan buguri.
 4. Meningkatkan keamanan parkir dan kenyamanan konsumen.
 5. Menjaga konsistensi rasa dan kualitas bahan baku.
 6. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperoleh wawasan secara teoritis dan praktis dengan menambahkan variabel-variabel yang lebih variatif yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Adhias Putri, C. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di rumah Makan Steak Sfa Steak & Resto Karanganyar. *Fakultas Ekonomi*, 3(1), 11–19.
- Diksi, P., Gaya, D. A. N., Pada, B., Jogoyudan, D. I. K., Lumajang, K., Lumajang, K., & Timur, J. (2016). *Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember*.
- Ibrahim, A. M., & Ali, H. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Keputusan Pembelian*. 2(3), 176–182.
- Istanti, Enny Kusumo², & Bramastyo Noviandari³, I. (2020). *Pengertian Accidental Sampling*. 1–10.
- Mentang, J. J. J., Ogi, I. W. J., Samadi, R. L., Kualitas, P., Dan, P., & Pelayanan, K. (2021). *Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Marina Hash in Manado di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal EMBA Vol . 9 No . 4 Oktober 2021 , Hal . 680-690*. 9(4), 680–690.
- Ramadhan, M. A., Anwar, S. M., & Hasbi, A. R. (2023). Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Aroma Malaja. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 365–369.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *891 Jurnal EMBA*, 7(1), 891–900.