

## PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Nona Mutia<sup>1</sup>, Ady Tia Ramadhan<sup>2</sup>.  
Universitas Teknologi Digital, Indonesia<sup>12</sup>

[nona10120581@digitechuniversity.ac.id](mailto:nona10120581@digitechuniversity.ac.id)<sup>1</sup>, [adytia@digitechuniversity.ac.id](mailto:adytia@digitechuniversity.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Di Saung Apung Napak Sancang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang makan atau pernah makan di Saung Apung Napak Sancang dengan mengambil sampel sebanyak 100 konsumen. Penelitian ini menggunakan analisis Uji Regresi Linear. Pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (*t*) dan uji simultan (*F*) dengan bantuan SPSS versi 29.0.2.0 (20). Hasil pengujian secara parsial (*t*) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (*X1*) dan Fasilitas (*X3*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (*Y*). Sedangkan Kualitas Pelayanan (*X2*) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil pengujian secara simultan (Uji *F*) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai *F*hitung sebesar 63,041 > *F*tabel 2,703 dengan signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Hal ini berarti variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen di Saung Apung Napak Sancang. Hasil uji determinasi (*R*<sup>2</sup>) yang dihasilkan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,663 atau sebesar 66,3 %.

**Kata kunci:** Kualitas produk, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Konsumen

### PENDAHULUAN

Industri pariwisata dan kuliner di Indonesia terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat dalam berlibur dan menjelajahi keindahan alam serta budaya nusantara. Pariwisata bukan hanya tentang tempat-tempat wisata alam atau sejarah, tetapi juga tentang pengalaman kuliner yang tak terlupakan. Wisata kuliner adalah fenomena yang tak bisa diabaikan dalam industri pariwisata Indonesia. Wisata kuliner telah menjadi elemen penting dalam menarik wisatawan baik domestik maupun internasional (BMW, 2023). Dengan semakin majunya peradaban, gaya hidup, dan kebudayaan, serta kemajuan globalisasi, nilai-nilai budaya masyarakat pun berubah menjadi lebih individual. Dengan kehidupan yang padat, sibuk, dan mobilitas yang tinggi, masyarakat membutuhkan tempat untuk melepas kepenatan setelah menyelesaikan rutinitas sehari-hari. Kegiatan untuk mengurangi rasa lelah biasanya berupa relaksasi, makan, minum, mendengarkan musik, atau sekadar bertemu dan berbincang dengan saudara dan teman di masyarakat.

Di Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat, terdapat banyak perusahaan dibidang wisata kuliner seperti *Floating Resto*. Saung Apung Napak Sancang menjadi salah satu tempat makan yang sering dikunjungi oleh warga Kecamatan Cihampelas. Saung Apung Napak Sancang merupakan *Floating Resto* benuansa Sunda yang terletak di Desa Mekar Mukti, Kecamatan Cihampelas, Kabupaten Bandung Barat. *Floating Resto* ini dibangun sejak tahun 2013 oleh Bapak Aep Nurdin, S.Ag., M.Si. Hasil survei awal, diperoleh data jumlah penjualan dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2023 seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Data Penjualan Napak Sancang

No	Bulan	Total Penjualan (Rp)
1	Januari	464.800.000,-
2	Februari	283.500.000,-
3	Maret	557.900.000,-
4	April	634.200.000,-
5	Mei	349.300.000,-
6	Juni	325.500.000,-
7	Juli	351.680.000,-
8	Agustus	259.420.000,-
9	September	273.280.000,-
10	Oktober	218.540.000,-
11	November	199.220.000,-
12	Desember	318.500.000,-

Sumber Data: Saung Apung Napak Sancang

Berdasarkan data penjualan diatas, dapat dilihat bahwa Saung Apung Napak Sancang mengalami fluktuasi penjualan. Terjadi penurunan dibulan Februari, kemudian meningkat kembali dibulan Maret dan April dimana bulan tersebut adalah bulan Ramadhan dan libur hari raya idul fitri. Sehingga banyak masyarakat yang mengadakan buka puasa bersama dan merayakan hari raya dengan berkunjung ke Saung Apung Napak Sancang untuk sekedar makan-makan serta berfoto bersama untuk mengabadikan momen. Pada bulan Mei sampai dengan bulan November Saung Apung Napak Sancang kembali mengalami penurunan dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Kemudian pada bulan Desember Saung Apung Napak Sancang menaikkan kembali penjualannya meskipun belum signifikan.

Fenomena yang terjadi saat ini banyak konsumen yang sangat sensitif terhadap produk dan layanan yang mereka gunakan. Konsumen akan beralih ke perusahaan lain jika merasa tidak puas. Oleh karena itu, para pengusaha selalu ingin menawarkan yang terbaik kepada konsumennya. Dalam buku yang berjudul Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, Schiffman & Kanuk (2004) berpendapat bahwa kepuasan konsumen diciptakan melalui kualitas, pelayanan, dan nilai. Oleh karena itu, variabel kualitas produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan mutlak diperlukan untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap produk yang ada di Saung Apung Napak Sancang.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana konsumen mengharapkan pelayanan sebenarnya yang diberikan oleh Saung Apung Napak Sancang, apakah mereka puas ketika mengkonsumsi produk di Saung Apung Napak Sancang, dan apakah mereka merasa puas dengan fasilitas yang ada di Saung Apung Napak Sancang. Tergantung apakah pelanggan tersebut akan berkunjung kembali ke Saung Apung Napak Sancang, dan jika konsumen tidak puas dengan suatu produk, mereka tidak akan membelinya kembali. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono dalam buku yang berjudul Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (2019), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka indeks kepuasan konsumen meningkat. Saung Apung Napak Sancang perlu berupaya memaksimalkan dan menjamin kepuasan seluruh

konsumen dengan melakukan keseimbangan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, maupun fasilitas.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut ahli "Kepuasan konsumen adalah hasil dari perbandingan antara pengalaman aktual yang diterima oleh konsumen dengan harapan mereka" (Umar, 2005: 65). Ketika konsumen merasa puas dengan nilai produk atau layanan yang Anda berikan, kemungkinan besar mereka akan tetap menjadi pelanggan dalam jangka panjang.

### **Kualitas Produk**

Menurut Nasution (2005), menyatakan bahwa kualitas produk adalah keadaan yang terus berubah yang terkait dengan produk itu sendiri, sumber daya manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan, yang memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler dalam Hendro dan Syamswana (2017), mengemukakan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada umumnya pelayanan yang diberikan oleh produsen atau perusahaan yang memiliki kualitas yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

### **Fasilitas**

Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk, karena apalah artinya suatu perusahaan tanpa fasilitas, tanpa mesin-mesin produksi, tanpa alat-alat kantor, dan tanpa tenaga kerja, mungkin hanya papan nama saja.

### **Penelitian Terdahulu**

Sinta Nuriah (2023) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Geppak Di Kecamatan Besuk Probolinggo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan harga (X3) berpengaruh secara langsung & signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Namun, kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan secara simultan variabel Independen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Ihwan Arifin (2018) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan, Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiahpasar pada  $\alpha$  (5%) atau pada tingkat kepercayaan 95%. Ini berarti 95% dari 88 data menunjukkan bahwa Kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengevaluasi dampak kualitas produk, layanan, dan fasilitas terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Saung Apung Napak Sancang. Metode survei digunakan sebagai pendekatan utama untuk pengumpulan data, diikuti dengan analisis statistik.

Populasi penelitian terdiri dari konsumen yang telah makan atau memiliki pengalaman makan di Saung Apung Napak Sancang. Sampel penelitian ini terdiri dari 100 responden yang dipilih berdasarkan kriteria dan karakteristik tertentu. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dan kuesioner. Data primer dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner yang terdiri dari 20 pertanyaan dan menggunakan skala Likert sebagai alat penilaian.

### **Teknik Pengujian Data**

Teknik analisis data yang digunakan untuk menentukan bagaimana pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis dalam penelitian ini diuji menggunakan teknik uji secara parsial (uji t) dan uji simultan (uji F) dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 29.0.2.0 (20). Sebelum pengujian uji-t & uji-f dilakukan metode uji asumsi klasik seperti uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui serta menguji model regresi variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat diuji melalui Kolmogorov-Smirnov untuk semua variabel dengan menggunakan SPSS. Pengujian kenormalan data dilakukan dengan kriteria berikut ini:

- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka distribusi residual data dianggap berdistribusi secara normal.
- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka distribusi residual data dianggap tidak berdistribusi secara normal.

#### **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas merupakan hubungan linier antar variabel independen yang dimasukkan dalam model. Multikolinearitas diukur menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10,00$  maka tidak terjadi multikolinearitas
- Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10,00$  maka terjadi multikolinearitas

## Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan dengan meregresikan variabel independent terhadap nilai *absolute residual*. *Residual* merupakan nilai selisih antara nilai variabel Y dengan variabel Y yang diprediksi, dan *absolut* merupakan nilai mutaknya (nilai positif semua). Jika signifikansi antara variabel independent dengan *absolut residual*  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah periode t terdapat autokorelasi dengan periode sebelumnya. Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan melakukan uji Durbin-Watson (DW) dengan menggunakan kriteria keputusan sebagai berikut:

- Jika  $0 < d < dL$ , berarti ada autokorelasi positif.
- Jika  $4 - dL < d < 4$ , berarti ada auto korelasi negatif

## Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t) & Secara Simultan (Uji-f)

### Uji t

Uji t adalah teknik pengujian secara parsial untuk mengetahui pengaruh suatu variabel independent terhadap variabel dependen. Keputusan didasari perbandingan nilai thitung dan ttabel dan signifikansi sebesar 0,05. Apabila nilai thitung  $> ttabel < sig$  0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Namun, apabila nilai thitung  $< ttabel$  dan  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

### Uji f

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh yang dihasilkan oleh variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Uji f dapat diidentifikasi melalui perbandingan nilai Fhitung dan Ftabel dan signifikansi 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai Fhitung  $> Ftabel$  dan signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Apabila nilai Fhitung  $< Ftabel$  dan signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berikut disajikan hasil pengujian dari Uji simultan (Uji-F).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.15550698
Most Extreme Differences	Absolute		.051
	Positive		.051
	Negative		-.048
Test Statistic			.051
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.		.769
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.758
		Upper Bound	.779
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan output tersebut nilai yang didapat dari pengujian *One Sample Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,779 hal ini berarti nilai yang dihasilkan lebih besar dibandingkan 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini sudah terdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.577	.996		-.579	.564		
	Kualitas Produk	.163	.036	.358	4.465	<.001	.546	1.831
	Kualitas Pelayanan	.147	.074	.190	1.976	.051	.381	2.625
	Fasilitas	.299	.068	.384	4.388	<.001	.458	2.183

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel kualitas produk sebesar 0,546 > 0,10 dan nilai VIF adalah 1,831 < 10. Nilai *tolerance* variabel kualitas pelayanan sebesar 0,381 > 0,10 dan VIF 2,625 < 10. Nilai *tolerance* variabel fasilitas memperoleh nilai sebesar 0,458 > 0,10 dengan nilai VIF yang diperoleh sebesar 2,183 < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independent tidak memiliki multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.005	.002		2.550	.012
	Kualitas Produk	.012	.019	.183	.639	.524
	Kualitas Pelayanan	-4.087E-6	.000	-.208	-1.406	.163
	Fasilitas	-.047	.033	-.363	-1.435	.155

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan data hasil uji glejser di atas dapat diartikan bahwa di dalam analisis regresi tidak terdapat gejala heterokedasititas, menunjukkan nilai signifikansi (p-value) variabel Kualitas Produk sebesar 0,524 Kualitas Pelayanan sebesar 0,163 dan variabel Fasilitas sebesar 0,155. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independent yang

signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai ABS\_RES, hal tersebut dikarenakan nilai probabilitas signifikansinya yang diatas 0,05.

### Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.814 <sup>a</sup>	.663	.653	1.17342	2.152
a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian uji autokorelasi dengan metode Durbin Watson diperoleh nilai sebesar 2,152 yang berarti bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat autokorelasi, yaitu  $4-DW(2,152) = 1,848$ . Dengan demikian hasil pengujian ini tidak terdapat autokorelasi negatif.

### Perumusan Model Persamaan Regresi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Regresi Linear

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.577	.996		-.579	.564
	Kualitas Produk	.163	.036	.358	4.465	<.001
	Kualitas Pelayanan	.147	.074	.190	1.976	.051
	Fasilitas	.299	.068	.384	4.388	<.001
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 0,577 hal ini menyatakan bahwa nilai variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas apabila nilainya konstan, maka pengaruh yang diberikan sebesar 0,577
- Nilai kualitas produk (X1) sebesar 0,163 apabila nilai kualitas produk mengalami kenaikan satu tingkatan, maka akan berakibat pada kenaikan kepuasan konsumen (Y) dengan nilai yang dihasilkan 0,74. Korelasi yang dihasilkan kualitas produk bernilai positif.
- Nilai kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,147 dengan korelasi yang dihasilkan bernilai positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Apabila nilai kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu tingkatan, maka akan berakibat pada kenaikan kepuasan konsumen (Y) dengan nilai yang dihasilkan sebesar 0,724.
- Nilai fasilitas (X3) sebesar 0,299 dengan korelasi yang dihasilkan bernilai positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Apabila nilai fasilitas mengalami kenaikan satu tingkatan, maka

akan berakibat pada kenaikan kepuasan konsumen (Y) dengan nilai yang dihasilkan sebesar 0,876.

### Uji t

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.577	.996		-.579	.564
	Kualitas Produk	.163	.036	.358	4.465	<.001
	Kualitas Pelayanan	.147	.074	.190	1.976	.051
	Fasilitas	.299	.068	.384	4.388	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Tabel uji-f menunjukkan bahwa diperoleh variabel kualitas produk sebesar  $4,465 > 1,984$  dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kualitas pelayanan diperoleh nilai uji t sebesar  $1,976 < 1,984$  dengan tingkat signifikansi  $0,051 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Fasilitas memperoleh nilai uji t sebesar  $4,388 > 1,984$  dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berdasarkan hasil uji t dari ketiga variabel, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Saung Apung Napak Sancang.

### Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F.

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260.406	3	86.802	63.041	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	132.184	96	1.377		
	Total	392.590	99			

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

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel independen kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), fasilitas (X3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai Fhitung yang diperoleh sebesar  $63,041 > F_{tabel} 2,703$  dengan signifikansi yang diperoleh  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Saung Apung Napak Sancang.



### Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk memprediksi besaran pengaruh yang dihasilkan oleh variabel independent terhadap variabel dependent. Nilai dari koefisien determinasi berkisar direntang  $0 \leq R^2 \leq 1$  yang menjelaskan bahwa varian dari setiap variabel independen semakin mampu untuk menjelaskan variabel dependent bila angkanya mendekati angka satu. Berikut hasil pengujian determinasi dengan menggunakan program SPSS.

Tabel 4.1 Hasil Uji Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.814 <sup>a</sup>	.663	.653	1.17342	2.152
a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai determinasi yang dihasilkan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,663 atau sebesar 66,3 %.

### KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Saung Apung Napak Sancang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Saung Apung Napak Sancang Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.
2. Variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Saung Apung Napak Sancang Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.
3. Variabel Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Saung Apung Napak Sancang Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.
4. Hasil dari pengujian secara simultan (Uji F) menunjukkan hubungan yang positif antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai Fhitung sebesar 63,041 > Ftabel 2,703 dengan signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Hal ini berarti variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di Saung Apung Napak Sancang. Berdasarkan hasil pengujian Determinasi ( $R^2$ ) diketahui bahwa nilai determinasi yang dihasilkan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,663 atau sebesar 66,3 %.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvino, G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Karoeseri Kandang Elf. *SKRIPSI*.
- Anam, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Studi Kasus : Cafe Kopi Desa (Telang). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Arifin, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar pada PT. BPRS Kota Bengkulu. *SKRIPSI*.
- BMWI. (2023). Apakah Wisata Kuliner Adalah Bagian Dari Industri Pariwisata? *Isupariwisata*.
- BMWI. (2024). Apakah Wisata Kuliner Adalah Bagian Dari Industri Pariwisata? *Isupariwisata*.
- Djaali, P. D. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Dr. Budi Rahayu Tanama Putri, S. M. (2017). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Dr. Diane Tangian, S. M. (2020). *Pengantar Pariwisata*. Manado.
- Dr. Drs. Ngatno, M. (2018). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Semarang: EF Press Digimedia.
- Dr. Wier Ritonga, S. M. (2020). *Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Muara Karya.
- Hendrik. (2021). Pengertian Produk: Klasifikasi, Jenis, dan Ciri-ciri Produk yang Disukai Konsumen. *Gramedia Blog*.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Lestiyono, U. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen CV. Multi Usaha Jepara. *SKRIPSI*.
- M.M, F. S., M.M, L. S., & M.M, P. S. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Banjarmasin: deepublish.
- M.S., P. D., & M.M., CHt, D. S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Muhsin, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*.
- Natalia. (2023). Pengertian Produk: Jenis, Tingkatan, dan Konsep Produksi Menurut Ahlinya. *accurate*.
- Nuriyah, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Geppak di Kecamatan Besuk Probolinggo. *SKRIPSI*.
- Pratama, B. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi. *SKRIPSI*.

- Putra, A. M. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BCA Cabang Kanjengan. *SKRIPSI*.
- Riadi, M. (2020). Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif, dan Tingkatan). *KAJIANPUSTAKA*.
- Sahir, S. H. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*. Medan: KBM Indonesia.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Zulyanti, N. R., Badriyah, N., & Al Vandik, A. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di tengah Pandemi Covid-19 pada PT Putra Sumber Hasil Lamongan (SPBU 54.622.15 Sumberdadi Mantup Lamongan). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.