

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PRODUK YOTTA CABANG SAMATA KABUPATEN GOWA**

Faizal ¹⁾, Ruliaty ²⁾, Syarthini Indrayani ³⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar ^{1), 2), 3)}

iical5439@gmail.com ¹⁾, ruliunismuh@yahoo.com ²⁾, Syarthinii@gmail.com ³⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen terhadap produk Yotta di Cabang Samata, Kabupaten Gowa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sampel penelitian terdiri dari 160 responden yang merupakan konsumen aktif Yotta di Cabang Samata, yang ditentukan menggunakan rumus Malhotra. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan SPSS versi 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap produk Yotta di Cabang Samata, Kabupaten Gowa.

Kata kunci: Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION
WITH YOTTA PRODUCTS AT THE SAMATA BRANCH, GOWA REGENCY.**

Abstract

This study aims to analyze the influence of product quality and service quality on consumer satisfaction with Yotta products at the Samata Branch, Gowa Regency. This research employs a quantitative approach using multiple linear regression analysis to examine the effect of independent variables on the dependent variable. The research sample consists of 160 respondents who are active consumers of Yotta at the Samata Branch, determined using Malhotra's formula. The collected data was analyzed using SPSS version 30. The results indicate that product quality and service quality have a positive and significant effect on consumer satisfaction with Yotta products at the Samata Branch, Gowa Regency.

Keywords: Product Quality, Service Quality and Consumer Satisfaction

A. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis, terutama di industri minuman, berkembang pesat seiring munculnya ide-ide kreatif dan inovatif. Hal ini mendorong perubahan dalam konsep pemasaran. Pemasaran berperan penting dalam keberlangsungan usaha, karena setiap bisnis bertujuan mencari keuntungan. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus dirancang dengan matang untuk menarik pelanggan yang tepat.

Usaha kuliner saat ini berkembang pesat dan memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi. Sebagai pelaku pasar, produsen harus terus berinovasi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Kuliner bukan hanya sekadar kebutuhan, tetapi juga bagian dari gaya hidup masyarakat modern, terutama generasi milenial. Oleh karena

itu, produsen perlu memahami kondisi pasar agar dapat menciptakan produk dengan varian rasa yang sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha kuliner dalam menjalankan bisnisnya agar tetap kompetitif dan berkelanjutan.

Saat ini, banyak bisnis kuliner yang semakin menyadari pentingnya kepuasan konsumen dan merancang strategi untuk memenuhinya. Menurut Smilansky, konsumen menganggap hidup sebagai kumpulan pengalaman, termasuk dalam mengonsumsi produk atau jasa. Jika pengalaman tersebut berkesan, mereka cenderung kembali menggunakan produk atau jasa yang sama. Persaingan yang ketat dalam industri kuliner mendorong setiap perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan produk demi memenuhi harapan konsumen serta mempertahankan loyalitas mereka.

Kualitas merupakan aspek dinamis yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan, dengan tujuan memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen. Kualitas produk sendiri mencerminkan totalitas dan karakteristik suatu produk, termasuk kinerja, fungsi, serta keandalannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen yang potensial cenderung mempertimbangkan berbagai faktor sebelum melakukan pembelian, salah satunya adalah kualitas produk. Produk yang berkualitas tinggi akan memberikan kepuasan lebih bagi konsumen dan mendorong mereka untuk memilih produk tersebut dibandingkan dengan produk pesaing.

Kualitas pelayanan adalah dimana tingkat keunggulan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada para konsumen atau penerima layanan itu harus dapat memenuhi ataupun harapan-harapan dari setiap konsumen harus tercapai, tidak bisa dipungkiri bahwa kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh terhadap suatu Perusahaan ataupun bisnis-bisnis kuliner.

Kepuasan konsumen berasal dari persepsi terhadap kualitas produk dan layanan yang diterima. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus memastikan bahwa produk dan layanan yang diberikan memiliki kualitas unggul dan memberikan pengalaman yang berkesan. Ketika konsumen merasa puas, mereka lebih cenderung untuk kembali membeli produk tersebut.

Bagi bisnis kuliner, kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Konsumen yang puas tidak hanya akan melakukan pembelian ulang, tetapi juga berkontribusi dalam pemasaran melalui komunikasi dari mulut ke mulut yang positif. Rekomendasi dari pelanggan yang puas dapat meningkatkan citra perusahaan dan menarik calon pelanggan baru, sehingga memperluas jangkauan pasar serta memperkuat posisi bisnis di tengah persaingan.

Dalam dunia bisnis, baik di tingkat nasional maupun internasional, persaingan yang ketat merupakan tantangan yang tidak dapat dihindari oleh para pengusaha. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi guna

memenangkan persaingan. Pelaku usaha dituntut untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam menjalankan strategi pemasaran agar dapat mencapai tujuan bisnis yang diinginkan (Nugrah et al., 2023). Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa.”

Kajian Literatur

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kumpulan karakteristik dari barang dan jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas ini mencakup daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan, serta atribut lainnya yang melekat pada suatu produk. Produk sendiri dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Dengan demikian, kualitas produk dapat disimpulkan sebagai kondisi di mana konsumen merasa puas karena produk yang digunakan sesuai dengan harapan dan kebutuhannya (Eranto, 2024).

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk bersaing dan bertahan di tengah banyaknya pesaing. Produk yang berkualitas harus mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk tersebut sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk maupun jasa yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Jasa akan diterima oleh konsumen apabila sesuai dengan yang diharapkan. (Tijjang, 2020). Kualitas pelayanan adalah kegiatan yang harus tercapai pada Perusahaan agar dapat mempengaruhi konsumen akan pengalaman berkunjung.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat senang atau puas. (Konsumen et al., 2024). Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon dari konsumen terhadap evaluasi pengalaman yang diperoleh dari perusahaan.

B. METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data berbentuk angka yang dapat dianalisis secara statistik. Menurut Sugiyono (2022), terdapat dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner online kepada pelanggan yang

pernah membeli di Yotta cabang Samata, Kabupaten Gowa. Sementara itu, data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari berbagai sumber seperti penelitian terdahulu, artikel, jurnal, buku, situs internet, serta dokumen lain yang mendukung penelitian ini.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Tabel 1

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,591	0,203	Valid
X1.2	0,623	0,203	Valid
X1.3	0,632	0,203	Valid
X1.4	0,610	0,203	Valid
X1.5	0,513	0,203	Valid
X1.6	0,548	0,203	Valid
X1.7	0,572	0,203	Valid
X1.8	0,661	0,203	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 30, 2025

Berdasarkan Tabel 1 uji validitas, semua pernyataan pada variabel kualitas produk (X_1) dinyatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,203).

Tabel 2

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,660	0,203	Valid
X2.2	0,513	0,203	Valid
X2.3	0,689	0,203	Valid
X2.4	0,606	0,203	Valid
X2.5	0,537	0,203	Valid
X2.6	0,562	0,203	Valid
X2.7	0,644	0,203	Valid
X2.8	0,699	0,203	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 30, 2025

Berdasarkan Tabel 2 uji validitas, semua pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X_2) dinyatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,203).

Tabel 3

Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Pegawai

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,555	0,203	Valid
Y.2	0,652	0,203	Valid
Y.3	0,582	0,203	Valid
Y.4	0,563	0,203	Valid
Y.5	0,648	0,203	Valid
Y.6	0,720	0,203	Valid
Y.7	0,642	0,203	Valid
Y.8	0,611	0,203	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 30, 2025

Berdasarkan Tabel 3 uji validitas, semua pernyataan pada variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,203).

Uji Reliabilitas

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
Kualitas Produk	0,737	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,779	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,773	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 30, 2025

Variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen adalah tiga variabel yang dari hasil uji reliabilitas diatas memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,60, yang mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut dianggap reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat ukur.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5
Hasil Analisi Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.338	1.889		3.354	<,001
Kualitas Produk	0.503	0.068	0.535	7.393	<,001
Kualitas Pelayanan	0.318	0.077	0.298	4.114	<,001

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 30, 2025

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh persamaan regresi linier berganda:

$$Y = 6.338 + 0.503X_1 + 0.318X_2$$

Keterangan:

1. Nilai konstanta sebesar 6,338 menunjukkan bahwa jika X_1 (kualitas produk) dan X_2 (kualitas pelayanan) bernilai 0, maka rata-rata kepuasan konsumen adalah 6,338.
2. Koefisien X_1 sebesar 0,503 berarti setiap peningkatan sejumlah 1 unit pada kualitas produk meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,503.
3. Koefisien X_2 sebesar 0,318 berarti setiap peningkatan sejumlah 1 unit pada kualitas pelayanan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,318.

Berdasarkan Tabel 5 Nilai konstanta adalah 6,338. Ini berarti bahwa ketika semua variabel independen bernilai nol, rata-rata Kepuasan Konsumen adalah 6,338. Nilai Sig. (<0,001) menunjukkan bahwa konstanta ini signifikan secara statistik. Nilai Sig. (<0,001) menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen—semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi kepuasan konsumen. Temuan ini didukung oleh Kotler dan Keller (2020), yang menyatakan bahwa kualitas produk menentukan tingkat kepuasan konsumen. Penelitian Agus Dwi Cahya et al. (2021) juga membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian minuman Yotta Samata Gowa, di mana produk berkualitas lebih mudah menarik minat dan mendorong keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi indeks kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan Kotler dan Keller (2020), yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan konsumen. Jika layanan memenuhi atau melebihi harapan, maka kepuasan akan meningkat. Penelitian oleh Maslikhatul Aulia dan Imam Hidayat (2017) juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang baik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Amanda Brownies.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa. Produk yang baik memiliki daya tahan, keandalan, dan ketepatan memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada Produk Yotta Cabang Samata Kabupaten Gowa. Pelayanan dengan mementingkan aspek pengetahuan, kesediaan, dan perhatian memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi tempat penelitian untuk meningkatkan kualitas produk, seperti rasa, ketahanan, dan variasi produk, serta mengoptimalkan kualitas pelayanan melalui sapaan, etika, dan komunikasi yang lebih baik guna meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti dengan variabel lain atau menambah variabel agar hasil penelitian lebih bervariasi dan memberikan wawasan yang lebih luas terkait faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.

E. DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Z., & Sofyan, A. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada

- Masa Sekarang. *Khidmatussifa: Journal of Islamic Studies*, 2(1), 11–16.
- Agus Dwi Cahya, Muinah Fadhilah, Sahilah, & Karyaningsih. (2021). Transformasi Manageria Transformasi Manageria. *Journal Of Islamic Education Management*, 2(1), 57–72.
- Andriani, S. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ekonomi Dan Manajemen*, 1–23.
- Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelnd.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Bago, R., Sutardjo, A., & Anggraini, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Els Coffe Di Padang. *Jurnal Matua*, 4(2), 215–226. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/571>
- Basri, H., Yulian Ma'mun, M., & Malihah, L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 99–113. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.2284>
- Citra Savitri, & Flora Patricia Anggela. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Xxx. *Buana Ilmu*, 4(2), 234–252. <https://doi.org/10.36805/bi.v4i2.1137>
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119.
- Jurnal, A., Administrasi, I., Manajemen, D. A. N., Amni, S., Budiyaniti, H., Haeruddin, I. W., Musa, I., & Aswar, N. F. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Promosi dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Yotta di Kota Makassar berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang tergantung pada persepsi dan harapan penting dalam bisnis adalah strategi harg*. 8(2), 40–55.
- Konsumen, K., Produk, P., Nabati, W., Toko, D. I., Di, Z., & Penelitian, S. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk wafer nabati di toko zaina di sampit*. 9(2), 175–181.
- Nugrah, Latief, F., & Agunawan. (2023). Pengaruh Celebrity Endorse dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Minuman YOTTA. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 71–80. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/download/3449/1725>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188.
- Pally, N. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan

- Konsumen Pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Oktober, 2023*(20), 537–552.
- Pramuditya Saputra, A. (2021). Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (Lpp Rri) Malang. *Library STIE MCE*, 23–30. <http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1487>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146.
- Sugiono. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, –9.
- Sunandar; Farida, ida; Langgeng, A. (2019). Metodologi Penelitian. Dalam Metodologi Penelitian. *Metodologi Kep*, 7, 22–34.
- Tijjang, B. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Amsir Management Journal*, 1(1), 46–58. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i1.202>