

DOI: <https://doi.org/10.70285/nn752y05>

Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dominos's Pizza Cabang Pondok Aren Tangerang Selatan

Agung Muhkamah¹, Aris Ariyanto²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang^{1,2}agungmuhkamah@gmail.com, dosen02492@unpam.ac.id

Received 5 Juli 2025 | Revised 25 Juli 2025 | Accepted 31 Juli 2025

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Dominos's Pizza Cabang Pondok Aren Tangerang Selatan baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan populasi sebanyak 39.952 menggunakan rumus slovin dengan sampel penelitian adalah 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian meliputi uji instrumen terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji Regresi linier berganda, koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji hipotesis yang terdiri dari uji t secara parsial dan uji f secara simultan. Hasil penelitian bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung > t tabel atau (11,921 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho1 ditolak dan H1 diterima. Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung > t tabel atau (12,639 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho2 ditolak dan H2 diterima. Kualitas produk dan pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung > F tabel atau (92,617 > 3,090) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho3 ditolak dan H3 diterima. Kualitas pelayanan dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh Hasil nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,652 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen 65,5 %, sedangkan sisanya 34,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Pelayanan; Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine the influence of product quality and service on customer satisfaction at Domino's Pizza Pondok Aren Branch, South Tangerang, both partially and simultaneously. The research method used is associative research with a quantitative approach. With a population of 39,952, the sample was determined using the Slovin formula, resulting in 100 respondents. The data analysis methods used in this study include instrument tests (validity and reliability tests), classical assumption tests (normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests), multiple linear regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination, and hypothesis testing, which consists of partial (t-test) and simultaneous (F-test) tests. The results show that product quality has a significant effect on customer satisfaction, with a t-count > t-table or (11.921 > 1,985) and a significance value of 0.000 < 0.05. Thus, Ho1 is rejected and H1 is accepted. Service has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a t-count > t-table or (12.639 > 1,985) and a significance value of 0.000 < 0.05. Thus, Ho2 is rejected and H2 is accepted. Product quality and service together have a positive and significant



effect on customer satisfaction, with an $F\text{-count} > F\text{-table}$ or $(92.617 > 3,090)$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Therefore, H_03 is rejected and H_3 is accepted. The $R\text{-square}$ (coefficient of determination) value is 0.652, which indicates that the variables of product quality and service together contribute 65.5% to customer satisfaction, while the remaining 34.5% is influenced by other factors or variables not examined in this study.

Keywords: *Product Quality; Service; Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Saat ini, kebutuhan dan keinginan manusia terus berkembang pesat. Manusia saat ini belum mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya sendiri, sehingga diperlukan landasan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Dunia bisnis terus berkembang pesat mengikuti perkembangan zaman, hal ini ditandai dengan semakin tingginya persaingan dalam dunia bisnis dalam menampilkan barang dan jasa kepada pembeli. Persaingan ekstrem ini menuntut para investor untuk dapat lebih mengembangkan pelaksanaan bisnisnya agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, khususnya yang bergerak di bidang kuliner.

Pada dasarnya, pemasaran menelusuri perilaku pembeli sebagai reaksi terhadap pembelian barang. Oleh karena itu, Perusahaan diharapkan lebih peka terhadap apa yang dibutuhkan masyarakat umum atau pembeli. Persaingan menjadi bahaya Jika Perusahaan tidak segera bertahan dan melawan pesaing, maka menjadi bahaya bagi perusahaan. Sehingga diharapkan prosedur yang baik dan matang dapat bersaing dengan berbagai perusahaan. Dengan demikian pembeli akan tertarik terhadap suatu barang dengan asumsi barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat. Dengan kualitas produk yang sangat baik, itu akan menjadi produk yang akan disukai konsumen. Selain kualitas produk, tentu saja pelayanan barang juga mempengaruhi pembelian. Karena pembeli pasti ingin mendapatkan kualitas bagus dengan pelayanan baik.

Kemajuan dunia usaha di Indonesia, khususnya bisnis kuliner, merupakan suatu hal yang sangat menarik untuk dikaji, khususnya di tengah era globalisasi yang sedang berlangsung. Hal ini membuka pintu bagi para pelaku usaha untuk bersaing menarik pembeli di Indonesia. Banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan dan mengirimkan barang-barang yang hampir serupa, hal ini meningkatkan jumlah barang-barang yang ditawarkan tersedia, keadaan saat ini semakin meningkatkan persaingan antar perusahaan dalam mendapatkan pembeli. Bisnis kuliner merupakan salah satu bidang yang terus berkembang di Indonesia. Akhir-akhir ini bisnis kuliner mengalami perkembangan yang sangat pesat, terutama dengan semakin maraknya berbagai perkembangan dan tren terkini di dunia kuliner.

Meski begitu, bisnis kuliner di Indonesia juga mempunyai kesulitan tersendiri. Salah satu permasalahan yang sering diperhatikan oleh pelaku bisnis kuliner adalah kualitas barang yang kurang memadai. Banyak klien yang merasa frustrasi dengan rasa dan sifat makanan yang disajikan, seperti komponen mentah berkualitas rendah, makanan enak, dan tampilan jelek. Selain itu, persaingan bisnis kuliner di Indonesia juga semakin ketat. Meningkatnya jumlah pemain baru di bisnis kuliner membuat persaingan semakin sengit. Pelaku bisnis kuliner harus berpikir kreatif untuk mengimbangi dan meningkatkan porsi mereka dalam industri secara keseluruhan.

Salah satu bisnis kuliner yang salah satunya yaitu Domino's Pizza sebagai restoran penyedia pizza tentu saja menyediakan pizza sebagai menu utama yang ada di restoran. Restoran dibuat dengan bahan bahan setengah jadi dan diproses menjadi pizza selama kurang lebih 15 menit. Pizza yang ditawarkan oleh Domino's Pizza memiliki beragam aneka rasa serta ukuran. Domino's Pizza Domino's Pizza dalam menjalankan bisnis restoran pizza cepat saji, memiliki visi dan misi untuk dijadikan sebagai pedoman untuk mencapai apa yang diinginkan. Di masa persaingan yang sangat ketat ini, orang-orang diharapkan untuk menerapkan kemahiran dan kelayakan dalam keseluruhan kecakapan mereka, serta

keserbagunaan mulai dari satu tempat ke tempat berikutnya. Hal ini tentu akan berdampak pada keputusan preferensi makanan atau kuliner.

Kepuasan konsumen merupakan level dimana konsumen merasa jasa atau produk yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Menurut Kotler dan Keller (2016 :153), “Menandakan secara umum bahwa Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapan”. Bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen tergantung dari produk atau pelayanan yang diberikan Dengan terpenuhinya kebutuhan dan juga keinginan para konsumen, maka konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali lalu merekomendasikan ke orang lain, dengan kata lain,dengan memberikan kepuasan kepada para konsumen, pelaku usaha telah menciptakan kesetiaan bagi para konsumen.. Oleh karena itu menjadi penting bagi Dominos’s Pizza Cabang Pondok Aren Tangerang Selatan untuk memenuhi kepuasan konsumen.

METODE

Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode asosiatif dengan sampel 100 responden yang dipilih secara purposive dari populasi 39.952 konsumen Domino’s Pizza. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis t dan F dengan bantuan SPSS versi 24.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.18
Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.902	2.328		3.823	.000
	Kualitas Produk	.776	.065	.769	11.921	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS Versi24(2025)

Mengingat konsekuensi perhitungan ini, kondisi regresi langsung dapat diperoleh sebagai berikut:

$Y = 8,902 + 0,776 X1$

Dimana X1 = Kualitas Produk

Y = Kepuasan Konsumen

Jika nilai X1 = 0 akan diperoleh Y= 8,902

Hasil dari analisis diatas ditafsirkan sebagi berikut :

- a. Nilai konstanta persamaan di atas sebesar 8,902 menyatakan bahwa tanpa Kualitas Produk maka Kepuasan Konsumen tetap terbentuk sebesar 8,902 atau jika nilai Kualitas Produk nya = 0, maka Kepuasan Konsumen tetap memiliki nilai sebesar 8,902.
- b. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai koefisien 0,776. Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan satuan-satuan dengan asumsi variabel Kualitas Produk, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat 0,776.

Tabel 4.19
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	10.016	2.111		4.743	.000
	Pelayanan	.746	.059	.787	12.639	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS Versi24(2025)

Mengingat konsekuensi perhitungan ini, kondisi regresi langsung dapat diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 10,016 + 0,746 X_2$$

Dimana $X_2 = \text{Pelayanan}$

$Y = \text{Kepuasan Konsumen}$

Jika nilai $X_2 = 0$ akan diperoleh $Y = 10,016$

Hasil dari analisis diatas ditafsirkan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta persamaan di atas sebesar 10,016 menyatakan bahwa tanpa Pelayanan maka Kepuasan Konsumen tetap terbentuk sebesar 10,016 atau jika nilai Pelayanannya = 0, maka Kepuasan Konsumen tetap memiliki nilai sebesar 10,016.
- b. Variabel Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai koefisien 0,746. Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan satuan-satuan dengan asumsi variabel Pelayanan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,746

Tabel 4.20
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.394	2.177		3.397	.001
	Kualitas Produk	.365	.114	.362	3.212	.002
	Pelayanan	.455	.107	.480	4.265	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS Versi24(2025)

Mengingat konsekuensi perhitungan ini, kondisi regresi langsung dapat diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 7,394 + 0,365 X_1 + 0,455 X_2 + \alpha$$

Dimana X1 = Kualitas Produk

Dimana X2 = Pelayanan

Y = Kepuasan Konsumen

Jika nilai X2 = 0 akan diperoleh Y = 7,394

Hasil dari analisis diatas ditafsirkan sebagi berikut :

- Nilai tetap sebesar 7,394 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Produk dan Pelayanan tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen sebesar 7,394 satuan.
- Nilai 0,365 berarti dengan asumsi sisa bagian konsisten dan tidak ada penyesuaian pada Kualitas Produk maka setiap perubahan 1 satuan pada akan menimbulkan penyesuaian pada Kepuasan Konsumen sebesar 0,365 satuan.
- Nilai 0,455 artinya dengan asumsi bagian sisa stabil dan tidak ada penyesuaian 0,455 pada Pelayanan maka setiap selisih 1 satuan pada l Kualitas Produk akan menimbulkan penyesuaian Kepuasan Konsumen sebesar 0,455 satuan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan jawaban responden terhadap variabel Kualitas Produk memperoleh mean 3,52 termasuk dalam skala 3,40-4,19 dengan keterangan baik. Lalu untuk uji validitaas semua pernyataan pada variabel Kualitas Produk dianggap valid, dikarenakan nilai R hitung > R tabel. Hal ini didukung oleh nilai koefisien regresi sebesar $Y = 8,902 + 0,776 X_1$. Lalu hasil pengujian Koefisien Kolerasi yang di peroleh nilai R sebesar 0,769. Yang termaksud kuat. Nilai Koefisien Determinasi variabel Kualitas Produk memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 59,2%, sedangkan sisanya 60,8% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesis (Uji T) diperoleh bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(11,921 > 1,985)$ hal ini diperkuat dengan nilai sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. yaitu bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dominos's Pizza Cabang Pondok Aren Tangerang Selatan.



Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan jawaban responden terhadap variabel Pelayanan memperoleh mean 3,51 termasuk dalam skala 3,40-4,19 dengan keterangan baik. Lalu untuk uji validitas semua pernyataan pada variabel Pelayanan dianggap valid, dikarenakan nilai R hitung $>$ R tabel. Hal ini didukung oleh nilai koefisien regresi sebesar $Y = 10,016 + 0,746 X_2$. nilai R sebesar 0,787. Koefisien determinasi variabel Pelayanan memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel. Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 62%, sedangkan sisanya 38% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesis (Uji T) diperoleh bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $(12,639 > 1,985)$ hal ini diperkuat dengan nilai Sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. yaitu bahwa Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dominos's Pizza Cabang Pondok Aren Tangerang Selatan.

Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan jawaban responden terhadap variabel Kepuasan Konsumen memperoleh mean 3,62 termasuk dalam skala 3,40-4,19 dengan keterangan baik.. Lalu untuk uji validitas semua pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen dianggap valid, dikarenakan nilai R hitung $>$ R tabel. Hal ini didukung oleh nilai koefisien regresi sebesar $Y = 7,394 + 0,365 X_1 + 0,455 X_2$. Nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,810. Koefisien determinasi variabel Kualitas Produk dan Pelayanan secara bersamaan memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 65,5 %, sedangkan sisanya 34,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(92,617 > 3,090)$, hal ini juga diperkuat dengan Sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. yaitu bahwa Kualitas Produk dan Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Dominos's Pizza Cabang Pondok Aren Tangerang Selatan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Dominos's Pizza Cabang Pondok Aren Tangerang Selatan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada uji hipotesis dengan diperoleh nilai t $(11,921 > 1,985)$ dan sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yaitu maka kesimpulan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Dominos's Pizza Cabang Pondok Aren Tangerang Selatan.
2. Pada uji hipotesis dengan diperoleh nilai t $(12,639 > 1,985)$ dan Sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. yaitu maka kesimpulan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Dominos's Pizza Cabang Pondok Aren Tangerang Selatan.
3. Pada uji hipotesis dengan diperoleh nilai f $(92,617 > 3,090)$, hal daj Sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. yaitu maka kesimpulan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk (X_1) dan Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Dominos's Pizza Cabang Pondok Aren Tangerang Selatan.

PENGHARGAAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan berharga selama penyusunan penelitian ini. Masukan konstruktif dan motivasi yang diberikan menjadi fondasi penyelesaian penelitian dengan hasil memuaskan. Apresiasi mendalam juga

disampaikan kepada mahasiswa yang berpartisipasi sebagai responden penelitian. Kerja sama dan kesediaan memberikan data akurat menjadi kunci keberhasilan penelitian ini dalam memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. AE Publishing.
- Alma H. Buchari, (2018), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, (2015), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Danang Sunyoto. (2015) *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasibuan, M. S. 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). *Principle of Marketing. 15th edition, New Jersey: Prentice-Hall Published*.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Pratama, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Muhidin, Sambas Ali, dan Maman Abdurahman. 2017. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nana Sudjana dan Ibrahim 2014. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algensindo
- Santoso, Singgih. (2015). *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Terry, G.R. dan Rue, L.W. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen (Edisi Revisi)*. Alih bahasa G.A. Ticoalu. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2017), *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.