



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 3981-3993

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada D'besto Chicken & Burger Cabang Pamulang

Amirudin, Tjeri Hadjrillah

Program Studi Manajemen Program Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

dosen02271@unpam.ac.id, dosen01436@unpam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada D'Besto Chicken & Burger Cabang Pamulang, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik random sampling, melibatkan 95 responden sebagai sampel penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan persamaan regresi $Y = 430 + 0,596X_1$, koefisien korelasi sebesar 0,730, yang menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh kualitas produk sebesar 73,0%, sementara sisanya 27,0% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji t menunjukkan t-hitung > t-tabel ($10,299 > 2,278$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, menandakan pengaruh signifikan secara parsial. Pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan persamaan regresi $Y = 2,420 + 0,669X_2$ dan koefisien korelasi sebesar 0,809, yang menunjukkan hubungan yang kuat. Nilai determinasi sebesar 80,9%, sedangkan 19,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji t menunjukkan t-hitung > t-tabel ($13,261 > 2,278$), sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial. Secara simultan, kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 1,512 + 0,085X_1 + 0,594X_2$. Koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,657, menunjukkan hubungan yang kuat. Uji F menunjukkan F-hitung > F-tabel ($87,999 > 2,700$), sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima, menegaskan pengaruh simultan kedua variabel terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

1. Latar Belakang

Perkembangan ritel di Indonesia terbagi menjadi dua, yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Namun seiring berjalannya waktu, ritel tradisional banyak ditinggalkan oleh para konsumen. Sehingga peningkatan bisnis ritel modern di Indonesia meningkat pesat. Adapun perbedaan bisnis ritel tradisional dengan ritel modern yaitu bisnis ritel tradisional adalah bisnis yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dengan proses jual beli barang dagangannya melalui tawar menawar seperti pasar tradisional, toko kelontong dan lain-lain. Sedangkan ritel modern berdasarkan definisi yang tertuang dalam keputusan presiden RI No. 112/Thn. 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern telah disahkan. Peraturan yang diberitakan sudah terpinggirkan selama hampir tiga tahun ini dipandang sangat penting, terutama dalam menjembatani kepentingan penggiat pasar tradisional dan pemain ritel modern. Selama ini selalu muncul tuduhan bahwa pemain dan pemodal besar ini telah mendepak para pelaku usaha kecil dan pasar tradisional.

Munculnya konsep ritel baru seperti hipermarket, supermarket, dan minimarket, yang termasuk ke dalam jenis ritel modern (pasar modern) merupakan peluang pasar baru yang dinilai cukup potensial oleh para pembisnis ritel, namun dilain sisi dapat mengancam keberadaan pasar tradisional yang belum dapat bersaing dengan pasar modern terutama dalam hal manajemen usaha dan permodalan. Dari waktu jumlah pasar modern cenderung mengalami pertumbuhan positif sedangkan pasar tradisional cenderung mengalami Pertumbuhan negatif

Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada D'besto Chicken & Burger Cabang Pamulang

Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada D'besto Chicken & Burger Cabang Pamulang

Pada orang dewasa ini banyak sekali ditemukan konsumen yang masih mengeluhkan mengenai pelayanan yang diberikan oleh restoran cepat saji terhadap pelanggan. Khususnya pada D’Besto Chicken & Burger cabang Pamulang Tangerang Selatan seperti misalnya komplainnya pelanggan yang diakibatkan oleh karena mengenai sikap kurang ramah tamahnya beberapa karyawan/karyawati D’Besto Chicken & Burger cabang Pamulang Tangerang Selatan dalam melayani pelanggan dan masih banyak keluhan dari pelanggan yang bisa dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1.1. Data Keluhan Konsumen D’Besto Chicken & Burger cabang Pamulang Tangerang Selatan Periode Tahun 2021-2025

No	Keluhan	Tahun					Jumlah
		2021	2022	2023	2024	2025	
1	Produk kurang lengkap	76	89	102	113	74	454
2	Kemasan cepat rusak	54	77	81	86	63	361
3	Pelayanan karyawan kurang ramah/ baik	67	82	98	103	92	442
4	Lahan parkir yang kurang luas	89	76	82	97	64	408
5	Rasa dari ayam kurang <i>crispy</i>	96	84	112	118	87	497

Sumber: D’Besto Chicken & Burger cabang Pamulang

Berdasarkan data tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa terdapat 454 keluhan konsumen atas produk yang kurang lengkap, 361 keluhan atas kemasan yang cepat rusak, 442 keluhan atas Pelayanan karyawan kurang baik, 408 keluhan atas lahan parkir kurang luas, dan 497 keluhan atas rasa ayam yang kurang garing/*crispy*. Pada dasarnya posisi pelayanan merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran. Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan apabila pelayanan berada di bawah tingkat yang di harapkan maka pelanggan akan merasa kurang/ tidak puas. Konsumen yang tidak puas terhadap Pelayanan yang diberikan dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai komplain atas ketidak puasannya.

Berdasarkan dari hal tersebut penurunan jumlah pelanggan pada restoran cepat saji dapat dilihat khususnya pada D’Besto Chicken & Burger cabang Pamulang Tangerang Selatan periode tahun 2021 sampai dengan 2025 yaitu:

Tabel 1.2. Data Jumlah Konsumen D’Besto Chicken & Burger cabang Pamulang Tangerang 2021 - 2026

No	Tahun	Total Jumlah Konsumen
1.	2021	4.143
2.	2022	4.375
3.	2023	4.575
4.	2024	3.042
5.	2025	2.113

Sumber: D’Besto Chicken & Burger cabang Pamulang

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jumlah konsumendari tahun 2021 sampai dengan tahun 2023 mengalami peningkatan dengan jumlah total konsumen 4.575, sedangkan pada tahun 2023 dan tahun 2025 mengalami penurunan dengan jumlah total konsumen 2.113.

Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas layanan yang baik, sehingga jaminan produk menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang ada pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Dengan terpenuhinya kebutuhan dan juga keinginan para pelanggan, maka pelanggan tersebut akan merasa puas, dan ketika seorang pelanggan merasa terpuaskan, maka ia akan kembali untuk mengkonsumsi produk atau jasa yang membuat mereka puas. Dengan kata lain, dengan memberikan kepuasan kepada para pelanggan, perusahaan telah menciptakan kesetiaan bagi para pelanggan - pelanggannya. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan 2 terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama menurut (Kotler, 2010:45). Pada dasarnya kepuasan

dan ketidakpuasan pelanggan atas suatu produk/jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadinya proses pembelian (Kotler, 2010:138). Apabila konsumen merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Penurunan terhadap konsumen pada dasarnya mempengaruhi nilai penjualan suatu perusahaan. Karena pada dasarnya naik turunnya nilai penjualan suatu perusahaan berkaitan dengan banyak atau tidaknya pelanggan yang masuk pada restoran cepat saji. Adapun data penjualan D’Besto Chicken & Burger cabang Pamulang Tangerang Selatan pada periode 2021 – 2025 dapat diketahui yaitu:

Tabel 1.3. Data Penjualan D’Besto Chicken & Burger Cabang Pamulang Tangerang Periode 2021 - 2025

No	Tahun	Total Pencapaian Penjualan D’Besto Chicken & Burger cabang Pamulang Tangerang
1.	2021	Rp. 119.476.000,-
2.	2022	Rp. 148.322.000,-
3.	2023	Rp. 352.536.000,-
4.	2024	Rp. 247.425.000,-
5.	2025	Rp. 97.205.000,-

Sumber: D’Besto Chicken & Burger cabang Pamulang

Dapat dilihat bahwa data penjualan pada D’Besto Chicken & Burger cabang Pamulang dari tahun 2021 sampai dengan 2022, dilihat dari pencapaian penjualan pada tahun 2023 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2023, dan mengalami penurunan kembali pada tahun 2024. Hal ini berdampak pada penurunan kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen Pada D’Besto Chicken & Burger cabang Pamulang”**

2. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:2) mengemukakan metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam melakukan suatu penelitian hendaknya menentukan terlebih dahulu metode penelitian yang sesuai dengan penelitian yang diteliti. Penelitian yang dilakukan untuk skripsi ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, menurut Sugiyono (2016:36) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan diskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini, dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Peneliti menggunakan metode penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif.

1. Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2016:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Secara umum populasi diartikan sebagai objek atau subjek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu. Dalam penelitian ini jumlah populasi D’Besto Chicken & Burger Cabang Pamulang yaitu 2.113 diambil dari jumlah konsumen pada tahun 2025.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi

Menurut Sugiyono (2017:118) *probability sampling* adalah “Teknik pengambilan sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

3. Hasil dan Diskusi

Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk menguji pernyataan pada setiap butir pertanyaan pada kuesioner valid atau tidak. Untuk mengolah uji validitas, setiap butir pernyataan, dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Nilai r tabel dalam penelitian ini dengan 95 responden adalah $df = 95 - 2$ yaitu 0,202 dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ (5%).

Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Kuesioner	r hitung	r tabel	Keputusan
1	Bahan baku yang di pakai dalam pembuatan Chicken & Burger pada D' Besto Chicken & Burger disimpan dalam keadaan baik.	0,528	0,202	Valid
2	Selama memakan Chicken & Burger di D'Besto Chicken & Burger sangat lezat.	0,449	0,202	Valid
3	Produk Chicken & Burger yang dihasilkan dapat dikenali dengan mudah.	0,523	0,202	Valid
No	Kuesioner	r hitung	r tabel	Keputusan
4	Produk Chicken & Burger yang dihasilkan oleh D'Besto Chicken & Burger memiliki keistimewaan tersendiri.	0,603	0,202	Valid
5	Produk Chicken & Burger yang dihasilkan D'Besto Chicken & Burger sangat handal dan tidak terdapat cacat produksi.	0,230	0,202	Valid
6	Kondisi produk pada D'Besto Chicken & Burger dalam keadaan baik ketika dibeli.	0,282	0,202	Valid
7	Pembuatan sudah sesuai dengan bahan baku yang higienis.	0,523	0,202	Valid
8	Pembuatan sudah sesuai dengan SOP yang sudah dijalankan.	0,603	0,202	Valid
9	Ketahanan produk Chicken & Burger pada D'Besto Chicken & Burger sangat baik.	0,528	0,202	Valid
10	Produk Chicken & Burger dipanaskan dibawah sinar lampu yang panas dan tertutup sehingga tidak mudah dingin ketika dibeli.	0,449	0,202	Valid

Sumber: Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan data tabel di atas, variabel Pelayanan (X₁) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,202), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Pelayanan (X2)

No	Kuesioner	r hitung	r tabel	Keputusan
1	Kondisi lingkungan yang nyaman dan bersih.	0,269	0,202	Valid
2	Fasilitas layanan lain tertata dengan rapih.	0,262	0,202	Valid
3	Karyawan menginformasikan kepada pelanggan tentang produk-produknya	0,577	0,202	Valid
4	Karyawan dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan.	0,703	0,202	Valid
5	Karyawan selalu cepat dan tepat dalam mengatasi setiap keluhan para pelanggan.	0,706	0,202	Valid
6	Karyawan merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat dan efisien.	0,567	0,202	Valid
7	Karyawan memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan	0,706	0,202	Valid
8	Karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan	0,703	0,202	Valid

Sumber: Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan data tabel di atas, variabel Pelayanan (X₂) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,202), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Kuesioner	r hitung	r tabel	Keputusan
1	Saya merasa pelayanan yang diberikankaryawan D' Besto Chicken & Burger sesuai dengan harapan saya.	0,379	0,202	Valid
2	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karyawan D' Besto Chicken & Burger	0,791	0,202	Valid
3	Saya merasa pelayanan yang diberikan karyawan D' Besto Chicken & Burger sesuai dengan apa yang saya bayar.	0,439	0,202	Valid
4	Saya akan berkunjung lagi ke D' Besto Chicken & Burger	0,809	0,202	Valid
5	Saya akan merekomendasikan D' Besto Chicken & Burger kepada kerabat dan teman saya.	0,549	0,202	Valid
6	Saya akan membicarakan kepuasan dan pengalaman positif saya selama berkunjung ke D' Besto Chicken & Burger kepada orang lain.	0,842	0,202	Valid

Sumber: Data Primer diolah, spss versi

Berdasarkan data tabel di atas, variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,202), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid

Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk menguji suatu kuesioner reliabel atau handal atau tidak. Menurut Ghozali (2014:47) "Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu".

Adapun kriteria atau ketentuan dalam memutuskan pernyataan tersebut reliabel atau tidak, berikut ini untuk ketentuannya:

1. Jika nilai *Cronbatch Alpha* > 0,60, maka instrumen reliabel.
2. Jika nilai *Cronbatch Alpha* < 0,60, maka instrumen tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software Statistical Package for Social Science (SPSS) for window Versi 25*, yang hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen

Variabel	Cronbatch Alpha	Standar Cronbatch Alpha	Keputusan
Kualitas Produk (X1)	0,618	0,60	Reliabel
Pelayanan (X2)	0,701	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,719	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1), Pelayanan (X2) dan kepuasan konsumen (Y) dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai Chronbath Alpha lebih besar dari 0,600.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan data, atau keberartian hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat, efisien, dan terhindar dari kelemahan-kelemahan yang terjadi karena masih adanya gejala- gejala asumsi klasik atau layak atau tidak data yang dipakai dilanjutkan sebagai data penelitian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 25.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal atau uji normalitas untuk memastikan asumsi bahwa persamaan tersebut berdistribusi normal dilakukan melalui pendekatan alat ukur perhitungan residual variabel bebas (Y).

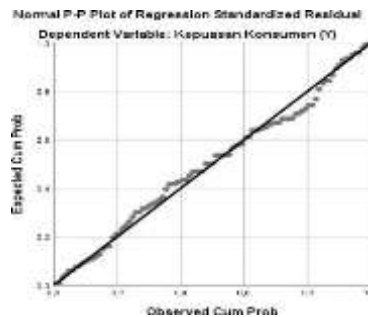
Uji Normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan syarat *significancy* $\alpha > 0.050$. Adapun hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

Tabel 4.12. Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kepuasan Konsumen (Y)	,087	95	0,74	,986	95	,423
a. Lilliefors Significance Correction						

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi $0,74 > 0,050$). Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal.



Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa grafik normal *probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Oleh karena ini dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk meyakini bahwa antar variabel bebas tidak memiliki multikolinearitas atau tidak memiliki hubungan korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Adapun sebagai prasyarat adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance value* > 1 maka terjadi gejala multikolinieritas
2. Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance value* < 1 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 4.13. Hasil Pengujian Multikolinearitas Dengan Collinearity Statistic Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Dependen

Variabel	Colinerity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X1)	0,241	4,155
Pelayanan (X2)	0,241	4,155

Sumber: Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas diperoleh nilai *tolerance variabel* Pelayanan sebesar 0,241 dan Pelayanan sebesar 0,241, dimana kedua nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel Pelayanan sebesar 4,155 serta Pelayanan sebesar 4,155 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini tidak ada multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan korelasi antar anggota sampel. Untuk mengetahui adanya autokorelasi dilakukan pengujian *Durbin-Watson* (DW) dengan membandingkan antara nilai *Durbin-Watson* dengan kriteria atau pedoman dalam interpretasi. Adapun kriteria pedoman Uji *Durbin-Watson* (DW test)

Tabel 4.15. Hasil Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,810 ^a	,657	,649	1,699	2,167
a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)					
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)					

Sumber: Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 2.167 yang berada diantara interval 1.550 – 2.460.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X₁ dan X₂ terhadap variabel Y. Dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X₁) dan Pelayanan (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial.

Tabel 4.17. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Peroduk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,430	2,173		198	,844
	Kualitas Produk (X1)	,596	,058	,730	10,299	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)						

Sumber: Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 430 + 0,596 X_1$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 430 diartikan bahwa jika variabel kualitas produk (X₁) tidak ada maka telah terdapat nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 430 *point*.
2. Nilai koefisien regresi kualitas produk (X₁) sebesar 0,596 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Pelayanan (X₂), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas produk (X₁) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,596 *point*.

Tabel 4.18. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,420	1,540		1,571	,120
	Pelayanan (X2)	,669	,050	,809	13,261	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 2,420 + 669 X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2,420 diartikan bahwa jika variabel Pelayanan (X2) tidak ada, maka telah terdapat nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 2,420 *point*.
2. Nilai koefisien regresi Pelayanan (X2) sebesar 0.669 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas produk (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Pelayanan (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.669 *point*.

Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan Pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

Tabel 4.19. Hasil Pengujian Regresi Berganda Variabel Kualitas Produk (X1) dan Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,512	1,882		,803	,424
	Kualitas Produksi (X1)	,085	,101	,105	,842	,402
	Pelayanan (X2)	,594	,103	,717	5,762	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 1,512 + 0,085 X_1 + 0,594 X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1,512 diartikan bahwa jika variabel kualitas produk (X1) dan Pelayanan (X2) tidak ada maka telah terdapat nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 1,512 *point*.
2. Nilai kualitas produk (X1) 0,085 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Pelayanan (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas produk (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,085 *point*.
3. Nilai Pelayanan (X2) 0,594 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas produk (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Pelayanan (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,594 *point*.

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4.20. Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations			
		Kualitas Produk (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)
Kualitas Produk (X1)	Pearson Correlation	1	,730**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	95	95
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	,730**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai *Koefisien korelasi* sebesar 0,730 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 4.21. Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations			
		Pelayanan (X2)	Kepuasan Konsumen (Y)
Pelayanan (X2)	Pearson Correlation	1	,809**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	95	95
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	,809**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai *Koefisien korelasi* sebesar 0,809 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 4.22. Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.657	.649	1.699
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk X2, Pelayanan X1				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen Y				

Sumber: Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai *Koefisien korelasi* sebesar 0,657 artinya variabel kualitas produk dan Pelayanan mempunyai tingkat hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.23. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,730 ^a	,533	,528	1,971
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X1)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)				

Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien determinasi sebesar 0,730 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 73% sedangkan sisanya sebesar 27% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.24. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,809 ^a	,654	,650	1,696
a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X2)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)				

Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien determinasi sebesar 0,809 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 80,9% sedangkan sisanya sebesar 19,1% dipengaruhi faktor lain.

Tabel 4.25. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 ^a	,657	,649	1,699
a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)				

Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien determinasi sebesar 0,810 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan Pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 81,0% sedangkan sisanya sebesar 19,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.26. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,430	2,173		,198	,844
	Kualitas Produk (X1)	,595	,058	,730	10,299	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(10,299 > 2,278)$ Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa tes produk rdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas terhadap kepuasan konsumen pada D'Besto Chicken & Burger Cabang Pamulang.

Tabel 4.27. Hasil Uji t Variabel Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,420	1,540		1,571	,120
	Pelayanan (X2)	,669	,050	,809	13,261	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(13,261 > 2,278)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada D'Besto Chicken & Burger Cabang Pamulang.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.28. Hasil Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Kualiatas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	507,854	2	253,927	87,999	,000 ^b
	Residual	265,472	92	2,886		
	Total	773,326	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)

Data Primer diolah, spss versi 25

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(87,999 > 2,700)$, hal ini juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3

diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan Pelayanan terhadap keputusan kepuasan konsumen pada D'Besto Chicken & Burger Cabang Pamulang.

4. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan Pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sebagai berikut: 1). Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 430 + 0,596 X_1$, koefisien korelasi sebesar 0,730 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,730 atau sebesar 73,0% sedangkan sisanya sebesar 27,0% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(10,299 > 2,278)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada D'Besto Chicken & Burger Cabang Pamulang. 2). Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 2,420 + 669 X_2$, koefisien korelasi sebesar 0,809 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,809 atau sebesar 80,9% sedangkan sisanya sebesar 19,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(13,261 > 2,278)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Referensi

1. Andika, I. K. Ri. Dan Sedana, I. B. P. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal. *E-Jurnal Manajemen*. 8(9): 5803-5824.
2. Anwar, M. (2019). Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta: Prenada Media Group.
3. Anwar, Mokhammad. 2019. Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta: Kencana.
4. Astawinetu, E. D., & Handini, S. (2020). Manajemen Keuangan: Teori dan Praktik. Surabaya: Scorpindo Media Pustaka.
5. Astuti, Sembring, L. D., Supitriyani, Azwar, K., & Susanti, E. (2021). Analisis Laporan Keuangan, Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
6. Budiman, R. (2020). Rahasia analisis Fundamental Saham. Jakarta: Alexmedia Komputindo Darmawan, D.
7. Fahmi, I. (2018) Pengantar Manajemen Keuangan. Bandung: Alfabeta.
8. Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). Analisis Multivariasi dan Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10 (2 ed.). Universitas Diponegoro.
9. Hasibuan, M. S. (2021). Manajemen : Dasar, Pengertian, Dan Masalah. Jakarta: Bumi Aksara.
10. Hery, S. M. (2018). Analisis laporan keuangan. Jakarta: Grasindo.
11. Irham, Fahmi. 2017. Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab. Bandung: Alfabeta. Edisi ke-empat.
12. Kasmir. (2018). Analisis laporan keuangan. Depok: Rajawali Pres.
13. Kasmir, (2019). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
14. Kasmir, (2019). Pengantar Manajemen Keuangan. Edisi kedua. Jakarta: Prenada Media
15. Kasmir, (2022). Analisis Laporan Keuangan. Depok: Rajawali pers.
16. Mulyadi, 2017. Sistem Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.
17. Munawir, 2017. Analisa Laporan Keuangan. Yogyakarta: Liberty.
18. Musthafa, 2018. Manajemen Keuangan. Yogyakarta: Andi Publisher.
19. Pratama A. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia (Untuk Pemerintahan dari Teori ke Praktik). Penerbit Widina
20. Aurelia, L., & Setjaningsih, T. H. (2020). Pengaruh Struktur Aset, Pertumbuhan Aset dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 18–28.
21. Cicilia Ratna Dewi & Fahrurrozie (2021). The Effect of Profitability, Likuidity, and Asset Structure on Capital with Firm Size as Moderating Variable. 10(1), 32-38.
22. Chasanah, N. W. S., & Satrio, B. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan TranspPortasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(7).
23. Christin Dita P. & Dedeh Sri S. (2019). Pengaruh Struktur Aktiva dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal pada PT Mayora Indah Tbk. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(1) 51-59.
24. Chusnul Khotimah (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ristansi: Riset Akuntansi*, 4(1), 111-124.
25. Dewiningrat, A. I., & Mustanda, I. K. (2018). Pengaruh likuiditas, profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan Struktur Aset Terhadap Struktur Modal. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(7), 3471-3501.
26. Dewi Sri Handayani, Fandil, Mohammad Laksono Tri Rochmawan (2024). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva dan Ukuran Perusahaan terhaap Struktur Modal Sektor Consumer Non – Cyclicals. *Jurnal CAPITAL Kebijakan Ekonomi, Manajemen & Akuntansi Vol 6*, 2723-1054.
27. Elisabeth Aritoang, Ike Rukmana S., Fauziah R.S & F. Kumalasari. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Strutr Aktiva, Pertumbuhan Aktiva dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer (JAKK)*. 7(2), 327-340
28. Erick Agustin & Nani Mulyani (2024). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. *Jurnal Arastirma* 3)2) 349-359.
29. Erwin, O., Hidayat, M., Nurlaela, S., & Samrotun, Y. C. (2021). Pengaruh Current Ratio, Struktur Aktiva dan Return On Asset Terhadap Struktur Modal. *The influence of the current ratio, asset structure and return on assets to the capital structure*.17(2),217 227.
30. Fahmi, L. Z., & Kurnia, K. (2017). Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 6(2).
31. Hanif Rizkia W. & Muhafidhah N. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Listrik Asia

- Periode 2019-2022. *Journal of Economic, business and Accounting*, 7(4), 1222-1254.
32. Kartikayanti, T. P., & Lilis, A. (2021). Pengaruh Sales Growth, Size, Struktur Asset, Likuiditas, dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(2), 120
 33. Langoday, C. E. P. (2021). Pengaruh Current Ratio (CR), Return On Investment (ROI), Fixed Asset Ratio (FAR) Terhadap Debt to Equity Ratio (DER) Pada Perusahaan Sub Sektor Non Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, JIMA*, 1(3), 190–198.
 34. Lenni Marpaung & Hemawati (2025). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Aktiva, Terhadap Struktur Modal Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(3), 546-557.
 35. Maulina, G., N. F. Nuzula, dan F. Nurlaily (2018). Pengaruh Faktor - Faktor Penentu Struktur Modal Terhadap Struktur Modal (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis* 58(1), 156 – 165.
 36. M Rio Arezky F. F., dan Sri Wahyuni & Rahman A (2023). Dampak Profitabilitas dan Kompisisi Aktiva terhadap Keputusan Struktur Modal. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 3(1), 32-38.
 37. Mutiara Baramukti & Desy Mariani (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Sales Growth, dan Struktur Aset Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Riset Akuntansi*, 2(3), 240-252.
 38. Nova Yana S, Lusya, & Keumala H. (2021). Pengaruh Struktur Aktiva, Profitabilitas, Likuiditas dan Ukursan Perusahaan Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Eknomi, dan Akuntansi)*, 5(2), 15-32.