

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SENTRA KULINER SEMOLOWARU KECAMATAN SUKOLILO, SURABAYA

Putra Flores Setiawan ¹⁾, Dyah Rini Prihastuty²⁾

Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

www.wawandjawa123@gmail.com, dyahrini@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo, Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen dari Sentra Kuliner Semolowaru. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS versi 26.0 dan pengujian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Uji Instrumen yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Heterokedastisitas, Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Koefisien Determinasi sedangkan Uji Hipotesis menggunakan Uji T dan Uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo, Surabaya. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dan Fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo, Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo, Surabaya

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Article history

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

Plagirism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan zaman mengakibatkan perubahan selera dan gaya hidup masyarakat dalam berbagai hal. Dalam memilih makanan, masyarakat cenderung memilih sesuatu yang praktis, serta adanya trend dalam mengisi waktu luang yaitu dengan pergi ke tempat hiburan

seperti swalayan, nongkrong dan santai bersama teman-teman atau keluarga di tempat kuliner, didukung dengan padatnya aktivitas diluar rumah sehingga tidak ada waktu untuk menyiapkan makanan. Hal tersebut mendorong banyaknya pelaku usaha untuk bergerak di bidang makanan di Kota Surabaya. Banyaknya jumlah pelaku usaha dibidang kuliner ini menimbulkan persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat, sehingga menuntut pelaku usaha untuk kreatif dan agresif dalam menciptakan berbagai inovasi produk dan memberikan layanan yang prima kepada pelanggannya sehingga menjadi lebih unggul dari para pesaingnya. Wisata kuliner saat ini menjadi wisata yang sangat populer di kalangan masyarakat akibat adanya perubahan gaya hidup masyarakat dalam memenuhi kebutuhan makan dan minumannya. Usaha di bidang kuliner saat ini benar-benar beragam dan berkembang begitu pesat dan cepat. Bahwa usaha di bidang kuliner sangat mempengaruhi pertumbuhan dan membantu perekonomian masyarakat, sebagai pelaku pasar, para produsen wajib memiliki cara agar dapat terus menciptakan dan mempertahankan konsumen. Sentra Wisata Kuliner (SWK) menjadi tempat wisata yang tergantung pada kunjungan pembeli. Jika masyarakat tahu di mana letak SWK, tempat yang dituju juga menarik perhatian, nyaman, dan mudah dijangkau, maka lebih banyak orang akan datang berkunjung. Kemudian, dari hasil pengamatan, budaya "nongkrong" sangat populer di kalangan anak muda saat ini ketika bersama teman-teman. Tidak hanya sekedar ngobrol, tapi juga sering melakukan tugas atau bekerja sambil makan dan menikmati pemandangan sekitar. Hal ini seharusnya didukung dengan suasana dan fasilitas yang mendukung.

Tabel 1. Data SWK di Surabaya

No	Nama Sentra	No	Nama Sentra
1	SWK Babat Jerawat	26	SWK Lidah Kulon
2	SWK Balas Klumprik	27	SWK Lidah Wetan
3	SWK Bentul	28	SWK Manukan Lor
4	SWK Bratang Binangun	29	SWK Mulyorejo
5	SWK Convention Hall	30	SWK Pegirian
6	SWK Deles Merr	31	SWK Penjaringan Sari
7	SWK Dharmahusada	32	SWK Pondok Maritim
8	SWK Dharmawangsa	33	SWK Putro Agung
9	SWK Dukuh Menanggal	34	SWK RMI
10	SWK Embong Sawo	35	SWK Rungkut Kidul
11	SWK Gayungan	36	SWK Sememi
12	SWK Gunung Anyar	37	SWK Semolowaru
13	SWK Indrapura	38	SWK Siola
14	SWK Jajar Tunggal	39	SWK Siwalankerto
15	SWK Jambangan	40	SWK Studio
16	SWK Kandangan	41	SWK Sukomanunggal
17	SWK Kapas Krampung	42	SWK Taman Bungkul
18	SWK Karah	43	SWK Taman Prestasi
19	SWK Kasuari	44	SWK Tanah Merah
20	SWK Kelapa Tambaksari	45	SWK Tandus
21	SWK Kembang Kuning	46	SWK Terminal Manukan
22	SWK Kendung	47	SWK Urip Sumoharjo
23	SWK Ketabang	48	SWK Wiyung
24	SWK Klampis Ngasem	49	SWK Wonorejo
25	SWK Krembangan		

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Kecil ,Menengah dan Perdagangan

Dari data diatas, Kota Surabaya tercatat memiliki 49 Sentra Wisata Kuliner (SWK) yang tersebar di berbagai wilayah dimana masing-masing sentra tersebut menampung sekitar 1.300 lebih PKL binaan. Namun, relokasi tersebut tidak berjalan baik selamanya karena beberapa Pedagang Kaki Lima tersebut mengeluh akibat sepi pengunjung yang datang, salah satunya di SWK Semolowaru yang beralamat di Jl. Sukosemolo 181, Semolowaru, Kec, Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur. Sentra Wisata Kuliner Semolowaru merupakan binaan oleh Dinas

Koperasi dan UMKM Kota Surabaya. SWK Semolowaru terbilang cukup besar sehingga dapat menampung sebanyak 28 penjual.

Gambar 1 Sentra Kuliner Semolowaru



Sumber : Surabaya.Globalindo.Net//

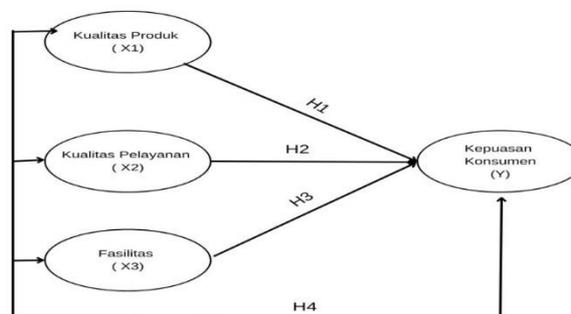
SWK Semolowaru memiliki konsep collaborative space yang baik karena memiliki beberapa fasilitas seperti area yang sudah dilengkapi dengan jaringan internet (Wi-Fi), sport area untuk skateboard dan olahraga ping-pong, panggung untuk pertunjukan musik (live music), lapangan basket, dan area yang bisa dimanfaatkan untuk seni dan menonton film serta tembok yang sudah didesain dengan mural yang artistik. Selain itu, SWK Semolowaru juga menyewakan tempat yang bisa digunakan untuk acara keluarga dan lain-lain. Fenomena yang terjadi saat ini di Sentra Kuliner Semolowaru ialah muncul dari berbagai faktor seperti rasa makanan yang berubah – ubah, pelayanan yang tidak ramah dan penerangan yang kurang terang dapat berdampak terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas diperlukan untuk mengukur kepuasan konsumen. Fadhli dan Pratiwi (2021) kepuasan konsumen adalah alasan konsumen dalam memutuskan dimana tempat mereka akan belanja. Kepuasan konsumen atau pelanggan menurut penelitian (Suparyanto dan Rosad, 2020) merupakan suatu darah kehidupan setiap perusahaan, sehingga kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan atau organisasi. Dengan meningkatnya jumlah pilihan yang tersedia, pelanggan semakin cerdas dan selektif dalam memilih tempat untuk menikmati makanan. Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk yang enak, tetapi juga harus menawarkan pengalaman yang memuaskan melalui beberapa hal seperti kualitas pelayanan, kualitas produk dan fasilitas yang menarik.

Menurut Fandy Tjiptono (2016), kualitas produk adalah gambaran langsung dari suatu produk yang mencakup aspek seperti performa, keandalan, kemudahan penggunaan, estetika, dan lain-lain. Kualitas ini mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan, serta merupakan kondisi yang selalu berubah, di mana apa yang dianggap berkualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas di masa depan. Kualitas produk menurut (Asti & Ayuningtyas, 2020) kualitas merupakan isu yang dominan pada banyak perusahaan, bersamaan dengan waktu yang pesat, fleksibilitas dalam memenuhi permintaan konsumen (produk yang dibuat selalu sesuai dengan apa yang diminta konsumen) dan harga jual yang rendah, mutu merupakan pilihan kunci dan strategis. Dalam industri kuliner, konsistensi adalah kunci agar pelanggan ingin tetap mendapatkan pengalaman yang sama setiap kali mereka mengunjungi.

Oleh karena itu, penggunaan bahan baku yang segar dan berkualitas, serta inovasi dalam menu, sangat diperlukan untuk memenuhi harapan konsumen.

Menurut Parasuraman (2001: 26) Kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang kepada pihak lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan selera, harapan dan kebutuhan konsumen. Menurut (Rasyidi, 2019) kualitas pelayanan adalah suatu penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. . Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional dapat meningkatkan persepsi positif terhadap lapak penjual yang terdapat di tempat usaha. Ketika pelanggan merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik, mereka cenderung untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Tjiptono (2001:184) mendefinisikan fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2005 : 93). Fasilitas memberi pengaruh besar dalam penilaian kepuasan oleh konsumen. Ketika fasilitas yang diberikan dapat membuat kepuasan konsumen meningkat dan sesuai apa yang diharapkan, maka kemungkinan besar konsumen akan datang kembali. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana ketiga faktor tersebut saling berinteraksi dan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini akan memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pemilik usaha di sentra kuliner dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan konsumen, sehingga mampu bersaing secara lebih baik di pasar yang dinamis ini.

Gambar 1 Karangka Berpikir



Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan, dirumuskan hipotesisi sebagai berikut:

1. H1 : Diduga Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2. H2 : Diduga Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
3. H3 : Diduga Fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
4. H4 : Diduga Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan purposive sampling teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen dari Sentra Kuliner Semolowaru. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS versi 26.0 dan pengujian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Uji Instrumen yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Heterokedastisitas, Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Koefisien Determinasi sedangkan Uji Hipotesis menggunakan Uji T dan Uji F.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

variabel	indikator	R tabel	Correted Item Tokal Correlation (r hitung)	Kesimpulan
Kualitas Produk	X1.1	0,1966	0,662	Valid
	X1.2	0,1966	0,645	Valid
	X1.3	0,1966	0,644	Valid
	X1.4	0,1966	0,575	Valid
	X1.5	0,1966	0,666	Valid
	X1.6	0,1966	0,568	Valid
	X1.7	0,1966	0,753	Valid
	X1.8	0,1966	0,720	Valid
	X1.9	0,1966	0,781	Valid
	X1.10	0,1966	0,800	Valid
	X1.11	0,1966	0,708	Valid
	X1.12	0,1966	0,739	Valid
	X1.13	0,1966	0,835	Valid
	X1.14	0,1966	0,808	Valid
	X1.15	0,1966	0,870	Valid
	X1.16	0,1966	0,762	Valid
Kualitas Pelayanan	X2.1	0,1966	0,819	Valid
	X2.2	0,1966	0,788	Valid
	X2.3	0,1966	0,762	Valid
	X2.4	0,1966	0,812	Valid

variabel	indikator	R tabel	Correted Item Tokal Correlation (r hitung)	Kesimpulan
	X2.5	0,1966	0,834	Valid
	X2.6	0,1966	0,846	Valid
	X2.7	0,1966	0,834	Valid
	X2.8	0,1966	0,795	Valid
	X2.9	0,1966	0,811	Valid
	X2.10	0,1966	0,809	Valid
Fasilitas	X3.1	0,1966	0,814	Valid
	X3.2	0,1966	0,765	Valid
	X3.3	0,1966	0,779	Valid
	X3.4	0,1966	0,768	Valid
	X3.5	0,1966	0,748	Valid
	X3.6	0,1966	0,843	Valid
	X3.7	0,1966	0,720	Valid
	X3.8	0,1966	0,819	Valid
	X3.9	0,1966	0,756	Valid
	X3.10	0,1966	0,802	Valid
Kepuasan Konsumen	Y.1	0,1966	0,760	Valid
	Y.2	0,1966	0,732	Valid
	Y.3	0,1966	0,735	Valid
	Y.4	0,1966	0,713	Valid
	Y.5	0,1966	0,821	Valid
	Y.6	0,1966	0,700	Valid
	Y.7	0,1966	0,719	Valid
	Y.8	0,1966	0,758	Valid
	Y.9	0,1966	0,720	Valid
	Y.10	0,1966	0,736	Valid

Sumber : data diolah 2024

Dari hasil uji SPSS 26 menunjukkan bahwa hasil uji validitas masing – masing *instrument* pernyataan dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen, menunjukkan bahwa semua variabel valid karena R hitung > R tabel yaitu lebih besar dari 0,1966.

Uji Reabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistic				Keterangan
Variabel	Nilai Kritis	Number of Item	Cronbach's Alpha	
Kualitas Produk (X1)	0,06	16	0,939	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,06	10	0,942	Reliabel
Fasilitas (X3)	0,06	10	0,929	Reliabel

Kepuasan Konsumen (Y)	0,06	10	0,908	Reliabel
-----------------------	------	----	-------	----------

Sumber: data diolah 2024

Dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha yang dimana Alpha ditentukan sebesar 0,6 dalam penelitian ini uji SPSS 26 menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel karena nilai dari *cronbach's Alpha* >0,6.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.19072873
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.054
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal		
b. Calculated from data		
c. Liliefors Significance Correction		
d. This is a lower bound of the true significance		

Sumber : data diolah 2024

Dalam penelitian ini Uji Normalitas memiliki *asympt sig* sebesar 0,200 karena *asympt sig* lebih besar dari pada 0,05 maka dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

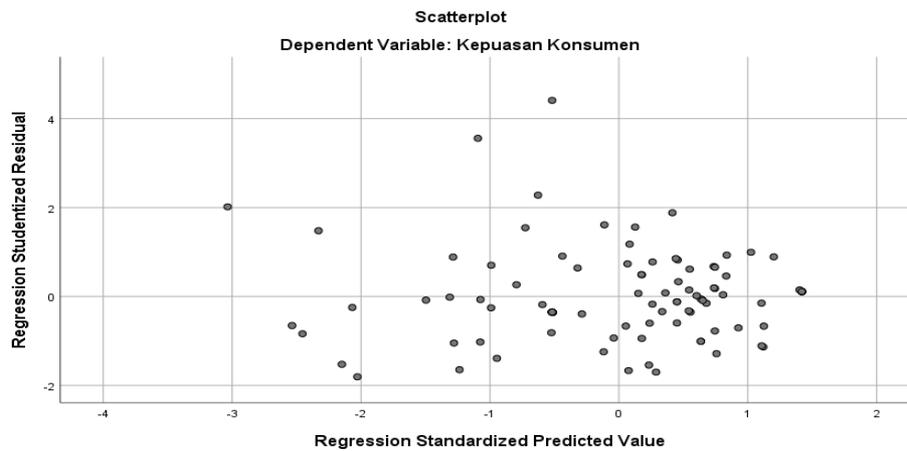
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X1)	0,368	2,714
Kualitas Pelayanan (X2)	0,560	1,785
Fasilitas (X3)	0,369	2,709

Sumber : data diolah 2024

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,368 dan VIF sebesar 2,714. Pada penelitian ini variabel X2 memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,560 dan VIF sebesar 1,785 sedangkan X3 memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,369 dan VIF sebesar 2,709. Dari ketiga variabel diketahui bahwa nilai *tolerance* berada di atas 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari angka 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber : Output SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan gambar di atas, dapat diamati jika titik – titik yang ada pada gambar menyebar di atas dan dibawah 0, pola titik – titik pada gambar juga tidak bergelombang dan membentuk pola. Maka dapat disimpulkan jika tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.609	1.848		2,494	,014
	Kualitas Produk	,025	,041	,042	,612	,542
	Kualitas Pelayanan	,435	,046	,521	9,380	,000
	Fasilitas	,428	,064	,455	6,648	,000
a. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen						

Sumber : data di olah 2024

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diperoleh hasil regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 4.609 + 0,025X_1 + 0,435X_2 + 0,428X_3$$

Berdasarkan data tabel di atas, maka dapat diketahui sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta (a) sebesar 4,609 Nilai konstanta (a) sebesar 4,609 yang artinya jika Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Suasana Tempat (Y) nilainya 0 atau tidak berubah, maka Kepuasan Konsumen (Y) nilainya 4,609.
2. Nilai Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk (b1) Nilai Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk sebesar 0,025, yang artinya jika variabel Kualitas Produk (X1) naik satu satuan, maka Kepuasan Konsumen (Y) juga naik sebesar 0,025.

3. Nilai Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan (b2) Nilai Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,435 yang artinya jika variabel Kualitas Pelayanan (X2) naik satu satuan, maka Kepuasan Konsumen (Y) juga naik sebesar 0,435.
4. Nilai Koefisien Regresi Variabel Fasilitas (b3) Nilai Koefisien Regresi Variabel Fasilitas sebesar 0,428 yang artinya jika variabel Fasilitas (X3) naik satu satuan, maka Kepuasan Konsumen (Y) juga naik sebesar 0,428.

Uji Hipotesis

Uji T (Uji Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,609	1,848		2,494	,014
	Kualitas Produk	,025	,041	,042	,612	,542
	Kualitas Pelayanan	,435	,046	,521	9,380	,000
	Fasilitas	,428	,064	,455	6,648	,000

a. Dependent Variabel : Kepuasan Konsumen

Sumber: data diolah 2024

Hasil analisis uji t parsial pada tabel di atas adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen :
Hasil uji t parsial menunjukkan kecilnya nilai t hitung $0,612 < 1,988$ dari t tabel dengan nilai signifikansi Kualitas Produk sebesar $0,542 > 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis (H1) ditolak di mana berarti bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen :
Hasil uji t parsial menunjukkan besarnya nilai t hitung $9,380 > 1,988$ dari t tabel dengan nilai signifikansi Kualitas Pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis (H2) diterima di mana berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan arah pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen
Hasil uji t parsial menunjukkan besarnya nilai t hitung $6,648 > 1,988$ dari t tabel dengan nilai signifikansi Fasilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis (H3) diterima di mana berarti Fasilitas berpengaruh signifikan dengan arah pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2153,578	3	717,859	160,575	,000 ^b

Residual	429,172	96	4,471		
Total	2582,750	99			
a. Dependent variable : Kepuasan Konsumen					
b. Predictors : (Constant), fasilitas, kualitas pelayanan, kualitas produk					

Sumber: data diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas besarnya nilai signifikansi adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai F hitung $160,575 > F$ tabel 2,70. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), fasilitas (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis peneliti teruji kebenarannya.

Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,913 ^a	,834	,829	2,114
a. Predictors : Constant, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk				
b. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen				

Sumber: data diolah 2024

Nilai koefisien atau adjusted R square digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel tak bebas atau variabel terikat (Y) kepuasan konsumen hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,829 yang berarti bahwa sebesar 82,9 % kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Fasilitas (X3) sedangkan 18,1 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Fasilitas (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil analisis menunjukkan variabel Kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan fasilitas (X3), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) hal ini diketahui dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa nilai sig. Dalam uji f sebesar $0,00 > 0,05$ sehingga variabel independent yang terdiri dari berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo Surabaya, dengan demikian Hipotesis "kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh secara simultan (Bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen "adalah terbukti dan diterima kebenarannya.

Nilai koefisien atau adjust R square digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerapkan variase variabel-variabel tak bebas atau variabel terikat (Y) kepuasan konsumen hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai adjusted R square (koefisien determinasi) sebesar 0,834 yang berarti bahwa sebesar 83,4 % kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan fasilitas (X3) sedangkan 16,6 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Pada variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa t hitung lebih kecil ($0,612 < 1,988$) dari t tabel dengan signifikan sebesar ($0,542 > 0,05$) yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai $0,05$. Dengan demikian kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo Surabaya. Berdasarkan penilaian responden menyatakan bahwa produk yang diinginkan tidak didapatkan serta rasa makanan yang berubah rasa setiap kali membelinya hal ini dapat menyebabkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pada saat ini dengan adanya fasilitas yang disediakan, sentra wisata kuliner semolowaru bukan hanya tempat untuk menikmati makanan, sentra wisata kuliner juga digunakan sebagai tempat berkumpul dan melakukan aktifitas lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lintang Ramadani Estu Mempuni (2023) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Tempat terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pada Burshit Burjo and Space di Kota Semarang). Hasil penelitian ini adalah menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa t hitung lebih besar ($9,380 > 1,988$) dari t tabel dengan signifikan sebesar ($0,000 < 0,05$) yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai $0,05$. Dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo Surabaya. Berdasarkan penilaian dari para responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo, Surabaya sangat ramah dan responsif dalam memberikan pelayanannya terhadap konsumen, hal ini dibuktikan dengan pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan konsumennya serta dapat menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Eka Giovana Asti et. All (2020). Hasil penelitian ini adalah menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Fasilitas (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Pada variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa t hitung lebih besar ($6,648 > 1,988$) dari t tabel dengan signifikan sebesar ($0,000 < 0,05$) yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai $0,05$. Dengan demikian fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo Surabaya. Berdasarkan penilaian responden menyatakan bahwa fasilitas yang disediakan oleh Sentra kuliner Semolowaru menarik, dimulai dari musik, kebersihan, murang didindingnya, serta tata ruang yang tidak membosankan menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen, hal ini dapat dibuktikan dengan para responden saya yang menikmati fasilitas yang ada di Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo, Surabaya tersebut serta dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh oleh Galih Utama Hariaji, Setia Iriyanto (2019) Hasil penelitian ini adalah menyatakan bahwa variabel berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data terkait dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo Surabaya dapat diambil kesimpulan :

1. Kualitas produk tidak Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan sukolilo, Surabaya. Hal ini berdasarkan penilaian responden yang merasakan makanan yang berubah rasa setiap kali pembelian dan keinginan terhadap produk yang tidak tercapai.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo, Surabaya. Hal ini berdasarkan penilaian responden yang merasa puas dan mendapatkan responsif terhadap pelayanan yang diberikan oleh Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan sukolilo, Surabaya.
3. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo, Surabaya. Hal ini berdasarkan penilaian responden yang menikmati fasilitas yang disediakan oleh Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo, Surabaya.
4. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Sentra Kuliner Semolowaru Kecamatan Sukolilo, Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Fadhli K, & Dwi Pratiwi N. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Parasuraman, A. Valerie, (2001). (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.
- Rasyidi, M. N. (2019). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan* , Edisi Januari- Juni 2019 Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan “ Andina ” Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provi. 8(1).
- Suparyanto Dan Rosad. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, Dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi pertama. Andi Offset. Yogyakarta.