

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
WAYAN RESTAURANT TULAMBEN**

Oleh

Ni Luh Gede Arista Rahayuni, NIM 1917041204

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk meneliti pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wayan Restaurant Tulamben. Pada penelitian ini yang dipilih menjadi responden ada kelompok masyarakat yang pernah melakukan pembelian di Wayan Restaurant dan juga di restoran lain yang sejenis, sehingga responden dapat membandingkan kualitas pelayanan dan produk untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dibandingkan dengan restaurant sejenis. Di dalam penelitian ini penulis menggunakan empat belas (14) indikator, maka dari itu menurut Ferdinand (2009) sampel yang paling sedikit bisa diambil adalah sebanyak 70 dan sampel paling banyak bisa diambil adalah sebanyak 140. Pada penelitian ini peneliti menggunakan sampel sebanyak 120 responden karena untuk menghindari ketidak validan data dan mengefisienkan waktu serta tenaga.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hasil nilai signifikan uji t adalah yaitu sebesar 0,000, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa apabila kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis (H1) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai signifikan uji t sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis kedua (H2) diterima.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WAYAN RESTAURANT
TULAMBEN**

Oleh

Ni Luh Gede Arista Rahayuni, NIM 1917041204

Jurusan Manajemen

The implementation of this research aims to know, analyze and research further about the relationship between customer satisfaction which is influenced by the quality of service and products at Wayan Restaurant Tulamben. In this study, respondents were selected as community groups who had made purchases at Wayan Restaurant and also at other similar restaurants, so that respondents could compare the quality of service and products to get customer satisfaction compared to similar restaurants. In this study the author used fourteen (14) indicators, therefore according to Ferdinand (2009) the least samples that can be taken are as many as 70 and the most samples that can be taken are as many as 140. In this study, researchers used a sample of 120 respondents to avoid data invalidity and save time and energy.

Customer satisfaction which is influenced by the quality of service produces a significant value in the implementation of the t test of 0.000, therefore a conclusion is drawn that service quality affects customer satisfaction. So the hypothesis (H1) of this study is accepted. Customer satisfaction influenced by product quality shows a significant t-test value of $0.000 < 0.05$, therefore it is concluded that customer satisfaction is influenced by product quality and the second hypothesis (H2) is accepted.

Key Words: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction