

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus pada Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Café di Yogyakarta)**

**NASKAH PUBLIKASI**



**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan Pada Jenjang  
Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen**

**Nama : Haidar Alif Luthfiyyah**

**Nim : C0119042**

**Pembimbing 1 : Drs. Laksono Sumarto,MM**

**Pembimbing 2 : Dr. Rini Adiyani, S.Sos.SE, MM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA**

**2023**



**UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PERNYATAAN PENULISAN**

**Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Café di Yogyakarta)**

**Nama : Haidar Alif Luthfiyyah**

**Nim : C0119042**

1. Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenarnya bahwa penelitian ini adalah hasil karya saya sendiri. Jika suatu saat ada pihak yang mengklaim bahwa penelitian ini adalah karyanya yang disertai dengan bukti yang cukup, maka saya bersedia membatalkan gelas saya beserta hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut.
2. Saya menyatakan bahwa hasil penelitian ini diperbolehkan untuk disebarluaskan dan dipublikasikan secara umum oleh Universitas Tunas Pembangunan Surakarta bersama dengan dosen pembimbing.

**Surakarta, 7 Juni 2023**



**Haidar Alif Luthfiyyah**



**UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Café di Yogyakarta)**

**Nama : Haidar Alif Luthfiyyah**

**Nim : C0119042**

**Naskah publikasi ini telah memenuhi syarat sebagai Artikel Ilmiah dan dapat diajukan dalam Jurnal Ilmiah, berdasarkan atas hasil karya ilmiah/penelitian yang Peneleti selesaikan.**

**Surakarta, 7 Juni 2023**

**Pembimbing 2**

**(Dr. Rini Adiyani, S.Sos.SE, MM)**  
**NIDN.0622046501**

**Pembimbing 1**

**(Drs. Laksono Sumarto,MM)**  
**NIDN : 0622125906**



**UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**LEMBAR PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI**

**Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Café di Yogyakarta)**

**Nama : Haidar Alif Luthfiyyah**

**Nim : C0119042**

**Naskah Publikasi ini telah diujikan didepan dewan penguji pada :**

**Hari/tanggal : Rabu 21 Juni 2023**

**Ketua Penguji : Drs. Trio Handoko, MM**

**Sekretasi : Kurniawati Darmaningrum, SE, MM**

**Anggota : Drs. Laksono Sumarto, MM**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

  
**Dra. Sriwijastuti, MM**  
**NIDN. 0608106401**

**Ketua Program Studi Manajemen**

  
**Abdullah Zailari, SE, S.Ag. M.Pd., M.Si**  
**NIDN. 0630088502**

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Café di Yogyakarta)**

**Haidar Alif Luthfiyyah**

**Laksono Sumarto**

**. Rini Adiyani**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti : (1) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Café di Yogyakarta) (2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di resto dan café pada Filosofi Tugu Ambruk Yogyakarta (3) Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan di resto dan café pada Filosofi Tugu Ambruk Yogyakarta (4) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Resto dan Café Filosofi Tugu Ambruk di Yogyakarta.

Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan teknik untuk menganalisis data menggunakan regresi linier berganda. Penggunaan metode untuk menentukan sampel ialah berupa teknik *non probability* dengan metode *purpose sampling* sehingga didapat sejumlah 55 responden. Data responden didapat dengan menyebarkan kuesioner yang telah disusun kepada responden melalui secara langsung.

Penelitian yang dihasilkan memperlihatkan jika Kualitas Produk dengan parsial memberi pengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan sebesar 36%. Kualitas Pelayanan juga menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan yakni sebesar 36,7%. Kepercayaan Pelanggan memiliki pengaruh yang kurang positif dan signifikan dengan menunjukkan besaran sebesar 26,1%. Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan secara simultan atau bersama-sama juga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan ditunjukkan dengan nilai  $\text{sig } 0,000 < 0,05$ .

Kata Kunci: ***Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan  
Kepuasan Pelanggan***

**INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND  
CUSTOMER TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION  
(Case Study on the Philosophy of the Collapsed Monument Resto  
and Café in Yogyakarta).**

**Haidar Alif Luthfiyyah**

**Laksono Sumarto**

**. Rini Adiyani**

**ABSTRACT**

*This study aims to examine: (1) The Effect of Product Quality, Service Quality, and Customer Trust on Customer Satisfaction (Case Study on the Philosophy of the Tugu Collapsed Resto and Café in Yogyakarta) (2) The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Restaurants and Cafés on Philosophy The Tugu Collapsed Yogyakarta Philosophy (3) The Effect of Customer Trust on Customer Satisfaction in Restaurants and Cafés on the Collapsed Monument Philosophy Yogyakarta (4) The Effect of Product Quality, Service Quality, and Customer Trust on Customer Satisfaction of Resto and Café Philosophy of the Collapsed Monument in Yogyakarta.*

*This research is a quantitative type with a technique to analyze the data using multiple linear regression. The method used to determine the sample is a non-probability technique with a purposive sampling method so that a total of 55 respondents are obtained. Respondent data is obtained by distributing questionnaires that have been prepared to respondents directly.*

*The resulting research shows that Product Quality partially has a positive and significant influence on Customer Satisfaction by 36%. Service Quality also shows a positive and significant effect of 36.7%. Customer Trust has a less positive and significant influence by showing a magnitude of 26.1%. Product Quality, Service Quality and Customer Trust simultaneously or together also have a positive and significant influence indicated by a sig value of  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Trust Customer Satisfaction**

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Perekonomian di Indonesia telah berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini dapat dilihat dengan berkembang pesatnya dunia bisnis, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka. Salah satu bisnis yang berkembang di Indonesia adalah bisnis dibidang kuliner. Banyaknya usaha yang sejenis bermunculan mengakibatkan persaingan menjadi semakin kuat, maka dari itu para pelaku bisnis harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan yang baik agar usaha yang didirikannya dapat berkembang.

Dalam menjalankan suatu bisnis para pelaku usaha harus selalu mengamati serta memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran. Pelanggan dalam mengunjungi suatu kafe tidak hanya mencari produk saja berupa makanan dan minuman akan tetapi mereka juga akan melihat seperti apa kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada pelanggan, ketika perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau bahkan melebihi harapan mereka maka hal tersebut mampu memberikan rasa nyaman yang dapat dirasakan oleh pelanggan.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi perilaku pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan merasa senang, dan sering berkunjung pada perusahaan yang sama. Dan mereka akan bercerita kepada orang lain tentang pengalamannya setelah membeli suatu produk. Sesuai dengan pendapat Tjiptono (2008) dalam jurnal Siti dan Tri Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan,

atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Bentuk pelayanan yang diberikan kepada pelanggan memerlukan adanya jaminan seperti keramahan petugas, kepercayaan, dan menciptakan rasa aman serta bebas resiko pada konsumen. Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe memberikan pelayanan yang terjamin dan dapat dipercaya. Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe menjamin peralatan yang digunakan untuk disajikan kepada pelanggan dalam keadaan bersih dan bahan yang digunakan dalam keadaan baik. Selain itu, pelayan memastikan bahwa pesanan konsumen telah datang semua.

Pelayanan bukti fisik Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe dapat dilihat dari kelengkapan fasilitas yang disediakan, karyawan yang berpenampilan rapi dan sopan, serta kebersihan tempat maupun makanan yang terjamin. Kehandalan pelayanan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe dapat dilihat dari kemampuan melaksanakan pelayanan yang sesuai dengan baik. Seperti halnya karyawan pelayanan bukti fisik Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe dapat dilihat dari kelengkapan fasilitas yang disediakan, karyawan yang berpenampilan rapi dan sopan, serta kebersihan tempat maupun makanan yang terjamin. Kehandalan pelayanan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe dapat dilihat dari kemampuan melaksanakan pelayanan dengan baik.

Tjiptono dan Chandra (2012:74) dalam jurnal Ida dan James, kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Akbar and Parvez (2009) dalam jurnal Ida dan James, para peneliti telah menetapkan bahwa kepercayaan merupakan hal yang penting dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang. Morgan and Hunt (1994) dalam jurnal Ida dan James menyatakan bahwa kepercayaan hanya

ada ketika salah satu pihak memiliki keyakinan dalam kehandalan dan integritas orang yang dipercaya.

Peneliti melakukan observasi pada tanggal 22 Oktober 2022 dimana peneliti merasa tertarik dengan konsep pada resto dan kafe yang bernama Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe. Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe berkonsep pedesaan dengan pemandangan gunung merapi, para pelanggan merasa tertarik dan ingin mencoba sehingga terjadi kepuasan yang dimana para pelanggan betah berada di resto dan cafe tersebut. Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe juga memfasilitasi seperti free wifi, mushola, tempat parkir luas dan toilet bersih.

Kotler (2002) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Engel et al. (1990) dalam Tjiptono (2000) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan/ketidakpuasan terjadi ketika pelanggan melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja/hasil yang diterimanya.

Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe merupakan cafe yang berkonsep tradisional yang mengangkat sejarah Filosofi Tugu Ambruk, beratmosfer khas lereng merapi dan telah menjadi tempat yang ramai. Tidak hanya itu, cafe ini mengandung filosofi sejarah. Dimana dulu terdapat tugu ambruk, peristiwa ini dikenang dalam candra sengkala yang berbunyi Obah Trus Pitung Bumi (tujuh bumi terus berguncang), menunjuk pada angka 1796 tahun Jawa dan banyak dikunjungi masyarakat Yogyakarta maupun masyarakat luar Yogyakarta. Dimana kehadiran cafe ini dinilai sesuai dengan trend dan gaya hidup, berkonsep indoor dan outdoor membuat cafe ini sangat cocok di semua kalangan, menu di gerai ini terbilang tidak sembarangan karena menawarkan menu khas jawa. Hanya ada beberapa makanan

ringan saja di dalam menu mereka. Untuk minumannya, gerai ini memiliki cukup banyak menu yang dapat dipilih. Harga yang terjangkau serta fasilitas yang menarik tentu merupakan alasan bagi masyarakat untuk memilih café sebagai tempat untuk refreshing persepsi harga dari produk-produk yang mereka tawarkan pun beragam. Seperti kopi, makanan, snack dan minuman non kopi.

Pada tanggal yang sama, tanggal 22 Oktober 2022 peneliti juga sempat berbicara dengan pelayan yg sedang membawakan pesanan. Pelayan sangat ramah dan juga tidak keberatan saat dimintai tolong untuk berfoto. Saat kami berbincang, mereka menggunakan bahasa yang baik dan sopan, sesekali menggunakan bahasa Jawa halus. Peneliti juga mengamati tempat yang berada di resto dan café tersebut bahwa tempatnya sangat recommended buat acara santai dengan keluarga, dilihat dari banyaknya anak kecil yang sedang berlarian dihalaman. Selain memang tempat yang luas suasananya pun sangat membuat nyaman. Dengan hawa dingin adalah ciri khas daerah pegunungan yang membuat para tamu tak lupa membawa jaket. Terlihat pula ada beberapa balita yang memakai kaos kaki.

Bukan hanya itu saja Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe adalah rumah makan yang didesain untuk keluarga. Karena itu pihak rumah makan tidak hanya ingin memanjakan para pengunjung dewasa saja. Para pengunjung yang masih tergolong anak-anak pun juga turut dimanjakan dengan dibuatnya area taman bermain anak, sehingga acara makan akan menjadi semakin menyenangkan dan tak terlupakan. Ditambah lagi, setiap hari tertentu ada aneka menu jajanan tradisional yang ditawarkan kepada pengunjung, sehingga banyak orang tua yang bisa mengobati rasa rindunya pada aneka jajanan yang saat ini menjadi semakin sulit ditemui atau bagi kalangan muda yang hanya sekedar ingin mencoba saja. Beberapa hal tersebut ternyata mampu menjadi daya tarik bagi Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe, jika dibandingkan dengan kebanyakan rumah makan lainnya.

Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian di Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe. Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe menawarkan konsep yang berbeda yaitu konsep tradisional yang bernuansa view merapi dapat memberikan rasa nyaman bagi pengunjung dalam menikmati secangkir kopi dan roti bakar. Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe memiliki berbagai macam menu makanan dan minuman dengan harga bervariasi yang dapat dinikmati dari berbagai kalangan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTO DAN CAFE PEMBELI DI FILOSOFI TUGU AMBRUK DI YOGYAKARTA"

## 2. Prumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe di Yogyakarta?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe di Yogyakarta?
- c. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe di Yogyakarta?
- d. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe di Yogyakarta?

## 3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe di Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan mempunyai pengaruh

- c. Untuk mengetahui pengaruh pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe di Yogyakarta.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Cafe di Yogyakarta.

## 4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

### 1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama.

### 2. Bagi pembaca

Dapat menjadi suatu informasi dan referensi ilmiah yang berguna untuk dikembangkan pada penelitian yang lain.

### 3. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi mahasiswa untuk penulisan karya ilmiah dan dapat menambah wawasan bagi mahasiswa yang membaca penelitian ini.

## B. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

### 1. Tinjauan Pustaka

Adapun beberapa dari penelitian terdahulu yang berkaitan :

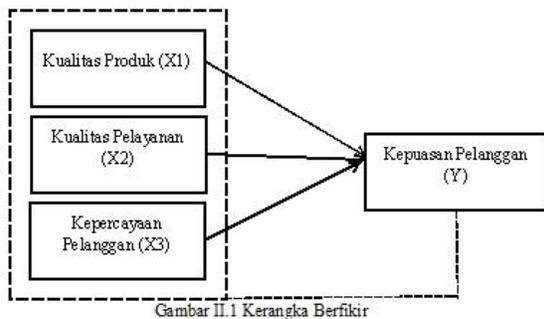
Penelitian Deddy Isnanto 2022 Pengaruh Stress Kerja, Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktifitas Kerja (Studi Kasus Pada Perangkat Desa Kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar)

Penelitian Fajar Tri Wibowo 2022 Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shoppe

(Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth Di Kota Sukoharjo)

Penelitian Maulina Rahmatika 2022 Pengaruh Eksperiental Marketing, Word Of Mouth, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Larissa Aesthetic Center Skincare di Surakarta)

## 2. Kerangka Pemikiran



Keterangan :

- > : Pengaruh secara parsial
- - - - -> : Pengaruh Secara Simultan

Variabel yang digunakan berupa independent variabel (variabel bebas) yang terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan.

## 3. Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

1. Ada hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Café di Yogyakarta.
2. Ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Café di Yogyakarta.

3. Ada hubungan yang signifikan antara kepercayaan pelanggan dengan kepuasan pelanggan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Café di Yogyakarta.
4. Ada hubungan yang simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Café di Yogyakarta.

## C. METODE PENELITIAN

Obyek yang akan diteliti yaitu pelanggan filosofi tugu ambruk resto dan cafe. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 Konsumen. Teknik penelitian menggunakan analisis linier berganda dan teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara menyebar kuesioner kepada Konsumen Filosofi Tugu Ambruk Resto dan Café .

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan antara variabel independen (X1,X2,X3,X4,X5) terhadap variabel dependen (Y). pada penelitian ini uji regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan Statistic Package for Social Science (SPSS) versi 25.

## D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN.

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda.

Tabel

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	4.179	1.832		2.282
	TOTAL_X1	.323	.094	.360	3.440
	TOTAL_X2	.319	.089	.367	3.579
	TOTAL_X3	.191	.072	.261	2.642

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Hasil persamaan regresi dan interpretasi dari analisis regresi linier berganda adalah : Nilai konstanta (a) bertanda positif, yaitu 4,179 artinya apabila kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan sama dengan (0) maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan. Nilai koefisien regresi variable kualitas produk (X1) yaitu 0,323 artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, nilai koefisien kualitas

pelayanan (X2) yaitu 0,319 artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, nilai koefisien kepercayaan pelanggan (X3) yaitu 0,0191 artinya kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel**  
**Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.179	1.832		2.282	.027
	TOTAL_X1	.323	.094	.380	3.440	.001
	TOTAL_X2	.319	.089	.387	3.579	.001
	TOTAL_X3	.191	.072	.281	2.642	.011

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y  
b. Predictors: (Constant), TOTAL\_X3, TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

Berdasarkan table V.11 dapat disimpulkan sebagai berikut :

a) Berdasarkan hasil uji T variable kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai T 3,440 dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

b) Berdasarkan hasil uji t variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai T 3,579 dengan signifikan  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

c) Berdasarkan hasil uji T variable kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai T 2,642 dengan signifikan  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji F (Simultan)

### Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	147.006	3	49.002	25.264	.000 <sup>b</sup>
	Residual	98.921	51	1.940		
	Total	245.927	54			

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y  
b. Predictors: (Constant), TOTAL\_X3, TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

Berdasarkan table V.12 menunjukkan hasil uji anova didapat nilai F sebesar 25,264 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 (sig <0,05) maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan / bersama-sama tiga variable independent berpengaruh secara positif tetapi variable kualitas produk yang berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.

## 2. Koefisien Determinansi

**Tabel V.13**  
**Koefisien Determinansi**

**Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 <sup>a</sup>	.598	.574	1.39271

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X3, TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

b. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Berdasarkan table V.13 uji koefisien determinasi pada table, diketahui dari adjusted R square sebesar 0,574 hal ini dapat diartikan bahwa variable kepuasan pelanggan dipengaruhi kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan sebesar 57,4% sedangkan sisanya 42,6% kepuasan pelanggan disebabkan oleh variable-variable lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

1. Terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini berarti bahwa kualitas produk

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada resto dan café filosofi tugu ambruk di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan nilai  $T$  3,440 dengan signifikansi yaitu  $(0,001 < 0,05)$ .

2. Terdapat pengaruh positif variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada resto dan café filosofi tugu ambruk di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan nilai  $T$  3,579 dengan signifikan yaitu  $(0,001 < 0,05)$ .
3. Terdapat pengaruh positif variable kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada resto dan café filosofi tugu ambruk di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan nilai  $T$  2,642 dengan signifikan yaitu  $(0,001 < 0,05)$ .
4. Variable kualitas pelayanan menjadi variable yang dominan diantara variable kualitas produk dan kepercayaan pelanggan. Dengan artinya variable kualitas pelayanan menjadi variable yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada resto dan café filosofi tugu ambruk di Yogyakarta. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi kualitas produk (3,440), kualitas pelayanan (3,579) dan kepercayaan pelanggan (2,642). Karena  $3,440 < 3,579$  dan  $2,642$  maka kualitas pelayanan merupakan variable yang dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.
5. Berdasarkan uji  $F$  variable kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan hal ini berdasarkan uji  $F$  nilai  $F$  25,264 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000$  ( $\text{sig}$ )  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan bersama-sama ketiga variable independent berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variable independent.

## 2. Saran

Mengingat kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka hendaknya kualitas pelayanan benar-benar diperhatikan, dengan demikian diharapkan akan menciptakan suasana kerja yang kompetitif sehingga mampu meningkatkan produktivitas kualitas yang tinggi.

Kiranya hasil penelitian ini dapat dijadikan suatu referensi sederhana dalam pertimbangan kebijakan yang ada, sehingga pembaharuan pola untuk meningkatkan kualitas dan menjaga suatu keharmonisan antara pegawai dan pemilik dapat berjalan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi Bandung : Alfabeta.

Arianto, Nurmin. 2018. "Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel rizen kedaton bogor". Skripsi, Universitas Pamulang. Diakses dari <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/856>

Daryanto, & Setyobudi, I. 2014. Konsumen Dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media

Deddy Isnanto. 2022. "Pengaruh Stress Kerja, Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktifitas Kerja (Studi Kasus Pada Perangkat Desa Kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar)". Skripsi Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.

Fajar Tri Wibowo. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shoppe (Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth Di Kota Sukoharjo)". Skripsi Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.

Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Ida, Sukmawati; James, Massie, D.D. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Air Manado". Jurnal Emba Vol.3 No.3

Kotler, P dan Armstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing. Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. Manajemen Pemasaran Jilid I. Erlangga. Jakarta.

Maulina Rahmatika.2022. "PENGARUH EKSPERIENTAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Pelanggan Larissa Aesthetic Center Skincare di Surakarta)". Skripsi Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.

Raji, M. A., & Zainal, A. (2016). "The effect of customer perceived value on customer satisfaction: A case study of Malay upscale restaurants". *Malaysian Journal of Society and Space*, 12(3), 58–6.

Runtuuwu, Johan. G, Sem Oroh dan Rita Taroreh. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado". *Jurnal EMBA*. Vol. 2 No. 3 pp. 1803-1813.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta

Tjiptono Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, Yogyakarta ; Andi Offset

Tjiptono, Fandy, Gregorius dan Dadi Adriana. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : ANDI OFFSET.

Zhang, Z., Zhang, Z., & Law, R. 2013." Region effect on customer satisfaction with restaurants". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(5), 705–722.

