



SJMB: *Scientific Journal of Management and Business*.
Volume 5 Nomor 2 Tahun 2025 ; p-ISSN:2776-009X; online -ISSN:2807-5897
Available online at <http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/sjmb>

Received: Agustus 2025

Accepted: September 2025

Published : Oktober 2025

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Animal Kota Ende

Rainalda Septi Lusi¹, Rosalinda Sero² Elisabeth Ndao³ Chelina Lusiana⁴
¹²³⁴Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores

Email penulis: rainaldalusi@gmail.com¹ Seroinda3@gmail.com²
elisabetwulandao@gmail.com³ Chelinalusiana@gmail.com⁴

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Makan Animal di Ende. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan desain penelitian kausal, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis dengan perangkat lunak SPSS. Hasilnya menunjukkan bahwa baik secara individu maupun bersamaan, kualitas produk maupun pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Upaya peningkatan dalam hal rasa makanan, kebersihan, serta kecepatan dan keramahan pelayanan dianggap penting agar pelanggan merasa puas dan tetap setia. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat membantu pengelola dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas agar usaha kuliner dapat berkembang secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan.

Abstract. This study aims to analyze the effect of product quality and service quality on customer satisfaction levels at the Animal Restaurant in Ende. Using a quantitative approach and a causal research design, data were collected through a questionnaire and analyzed using SPSS software. The results show that, both individually and collectively, product quality and service quality have a significant influence on customer satisfaction. Efforts to improve food taste, cleanliness, as well as the speed and friendliness of service are considered important to ensure that customers are satisfied and remain loyal. The findings of this study are expected to assist management in

formulating quality improvement strategies so that the culinary business can grow sustainably.

Keywords: *Product Quality; Service Quality; Customer Satisfaction.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner saat ini semakin pesat dengan berbagai inovasi dan persaingan yang ketat. Rumah makan harus mampu memenuhi harapan pelanggan tidak hanya dari segi rasa dan variasi menu, tetapi juga dari segi kualitas pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan merupakan hal utama yang harus diperhatikan oleh pengelola rumah makan agar memastikan keberlangsungan dan kemampuannya bersaing di pasar. Menurut penelitian sebelumnya, kualitas produk dan pelayanan secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, sehingga meningkatkan loyalitas serta keberhasilan usaha (Maulidah et al., 2019).

Rumah Makan Animal didirikan pada tahun 2024 oleh sepasang suami istri yang memiliki hobi dan minat yang unik. Sang suami gemar memelihara hewan dan bernyanyi karaoke, sedangkan sang istri memiliki ketertarikan besar dalam dunia memasak. Dari perpaduan hobi tersebut lahirlah ide untuk membuka rumah makan yang bukan hanya menyajikan makanan lezat, tetapi juga menghadirkan suasana yang hangat dan nyaman bagi pelanggan. Sebelum mendirikan Rumah Makan Animal, sang istri telah memiliki pengalaman berwirausaha dengan membuka warung makan bernama Warung Pak Joko Purwanto yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto KM 4 dan menjual menu lalapan. Semangat untuk berkembang membuat sang istri menantang suaminya agar mampu mengelola rumah makan yang lebih besar, sekaligus memimpin para karyawan dengan baik.

Menu utama yang menjadi fokus Rumah Makan Animal adalah olahan ayam dengan dua menu andalan, yaitu ayam geprek dan ayam bakar tulang lunak. Pada masa awal pembukaan, beberapa pelanggan sempat memberikan masukan mengenai perubahan rasa sambal, namun secara umum pelayanan karyawan mendapat tanggapan positif tanpa adanya keluhan berarti. Rumah makan ini berkomitmen menjaga kualitas produknya dengan menggunakan ayam segar dan bahan premium agar cita rasa tetap terjaga. Saat ini Rumah Makan Animal memiliki 11 karyawan dan beroperasi selama 24 jam setiap hari. Ke depannya, pemilik berencana menambah menu baru berupa hidangan seafood serta memperluas bangunan agar dapat memberikan kenyamanan lebih bagi pelanggan.

Rumah Makan Animal di Kabupaten Ende dipilih sebagai objek penelitian karena keberadaannya yang relatif baru dan memiliki potensi untuk memperoleh wawasan tentang pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Rumah makan ini mengusung tema yang menarik dan fokus pada olahan ayam, dengan komitmen menjaga kualitas bahan baku serta pelayanan yang ramah dan responsif. Meskipun memiliki keunggulan dari aspek rasa dan kebersihan, rumah makan ini juga menghadapi tantangan seperti inkonsistensi rasa dan waktu penyajian selama jam ramai, yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara empiris pengaruh dari kualitas produk dan layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Makan Animal. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pengelola usaha, khususnya dalam upaya meningkatkan mutu produk dan pelayanan, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen dan pemasaran jasa, terutama dalam konteks industri kuliner di wilayah tersebut. Dengan demikian, studi ini sangat penting dalam mendukung peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha rumah makan di Kabupaten Ende, melalui pendekatan yang lengkap dan didukung oleh data empiris.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Syarigawir et al. (2022) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui atribut seperti rasa, kebersihan, kesegaran, dan penampilan makanan. Penelitian oleh (Handayani & Setiawan, 2024) pada McDonald's Nangka Denpasar menemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Indikator yang digunakan antara lain rasa, kesegaran bahan, dan konsistensi penyajian. Penelitian (Manggala et al., 2020) di restoran ayam bakar menunjukkan bahwa cita rasa, ukuran porsi, dan tampilan makanan menjadi indikator utama yang dinilai pelanggan. Navanti, Rohman & Hakim (2023) juga menyatakan bahwa konsistensi rasa, aroma, dan tekstur produk merupakan penentu utama kepuasan pelanggan di restoran cepat saji.

Menurut beberapa penelitian diatas menyatakan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan atau harapan konsumen. Dalam

konteks usaha kuliner seperti Rumah Makan Animal, kualitas produk tidak hanya dinilai dari rasa makanan, tetapi juga mencakup berbagai aspek penting yang mempengaruhi pengalaman konsumsi, meliputi:

- a. Cita rasa
- b. Aroma
- c. Tekstur
- d. Tampilan makanan
- e. Kebersihan bahan dan penyajian
- f. Porsi
- g. Konsistensi rasa

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan. mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi *SERVQUAL*, yaitu bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati (Manggala et al., 2020). Penelitian (Mentang et al., 2021) menunjukkan bahwa pelayanan yang ramah, cepat, dan bersih memberikan dampak positif pada pengalaman pelanggan di restoran cepat saji. (Syarigawir et al., 2022) menambahkan bahwa suasana restoran, kenyamanan tempat duduk, serta kebersihan ruangan juga menjadi bagian dari kualitas pelayanan yang berpengaruh pada persepsi pelanggan.

Menurut para peneliti diatas, kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi *SERVQUAL*:

1. *Tangibles* – bukti fisik seperti fasilitas, kebersihan ruang makan, penampilan karyawan.
2. *Reliability* – kemampuan memberikan layanan secara tepat dan dapat dipercaya.
3. *Responsiveness* – kesediaan karyawan membantu pelanggan dan memberikan pelayanan cepat.
4. *Assurance* – jaminan keamanan, kesopanan, dan kompetensi staf.

5. *Empathy* – perhatian pribadi kepada pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa pelanggan setelah membandingkan antara harapan dan kinerja aktual produk atau jasa. Menurut (Syarigawir et al., 2022) kepuasan pelanggan muncul dari kesesuaian antara persepsi pelanggan terhadap kualitas makanan dan pelayanan dengan harapan mereka.

Syarigawir et al. (2022) menambahkan bahwa pelanggan yang puas cenderung memiliki loyalitas tinggi serta berpotensi melakukan pembelian ulang. Hasan et al. (2023) juga menegaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk dan pelayanan, tetapi juga oleh kecepatan dan keramahan staf dalam melayani pelanggan.

Dalam sektor kuliner, faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi:

- a. Rasa makanan (kualitas produk)
- b. Pelayanan yang diterima
- c. Kebersihan lingkungan
- d. Harga yang sesuai
- e. Suasana tempat makan
- f. Kecepatan pelayanan

Kepuasan pelanggan berperan penting dalam menjaga loyalitas dan membangun citra positif usaha kuliner.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Animals yang berlokasi di Jalan Prof. W.Z. Yohanes, Kabupaten Ende. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada pengukuran variabel secara numerik dan pengujian hipotesis melalui analisis statistik (Zulfikar, 2024). Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan Rumah Makan Animals sebagai responden. Kuesioner disusun berdasarkan indikator setiap variabel penelitian dan

digunakan untuk memperoleh data mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y). Kualitas produk diukur melalui lima indikator, yaitu rasa dan aroma, kesegaran bahan, kebersihan dan keamanan produk, konsistensi rasa dan tampilan, serta penampilan dan daya tarik visual (Handayani & Setiawan, 2024; Gunawan & Narundana, 2024; Navanti et al., 2023). Kualitas pelayanan diukur melalui dimensi bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy), serta kenyamanan dan tata ruang restoran (atmosphere) (Arlı et al., 2024; Handayani & Setiawan, 2024; Goeltom et al., 2023). Sementara itu, kepuasan pelanggan diukur berdasarkan kepuasan keseluruhan, kesesuaian antara harapan dan kenyataan, niat melakukan pembelian ulang, niat merekomendasikan, serta pengalaman emosional positif (Harja, 2023; Novad & Hendrawan, 2024; Hasan et al., 2023). Data yang diperoleh dari kuesioner selanjutnya dianalisis menggunakan analisis statistik yang meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, uji F untuk mengetahui pengaruh kedua variabel secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan. Hasil analisis tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Animals.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat sesuai dengan tujuan penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS menggunakan metode Corrected Item–Total Correlation. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel pada taraf signifikansi 5%. Hasil uji validitas terhadap variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan pelanggan

(Y) disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Rentang r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	0.801 - 0.864	0.198	Valid
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0.700 - 0.842	0.198	Valid
3	Kepuasan Pelanggan (X3)	0.797 – 0.907	0.198	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 1, seluruh item pernyataan memiliki nilai korelasi lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,198. Dengan demikian, seluruh item kuesioner pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS menggunakan metode Cronbach's Alpha. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas terhadap seluruh variabel penelitian disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Minimum	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	0.887	0.60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0.884	0.60	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan (X3)	0.920	0.60	Reliabel

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 2, seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Variabel kualitas produk memperoleh nilai 0,887, kualitas pelayanan sebesar 0,884, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,920. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik dan dinyatakan reliabel sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji T

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara individual berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Makan Animals di Kabupaten Ende. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel serta melihat nilai signifikansi pada taraf 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji t disajikan pada tabel 3 berikut.

Tabel 3
Hasil Uji T

Model	B	Std. Error	Beta	t _{hitung}	Sig	Keterangan
(Constant)	8.153	1.825	-	4.467	0.000	-
Kualitas Produk	0.657	0.090	0.599	7.327	0.000	Signifikan
Kualitas Pelayanan	0.676	0.065	0.728	10.414	0.000	Signifikan

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 3, hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,657, nilai t_{hitung} sebesar 7,327, dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t-tabel ($7,327 > 1,985$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Animals..

Selanjutnya, variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,676, nilai t-hitung sebesar 10,414, dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($10,414 > 1,985$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan.

Dengan demikian, kedua variabel secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan nilai koefisien beta terstandarisasi, kualitas pelayanan memiliki pengaruh relatif lebih kuat dibandingkan kualitas produk, yaitu sebesar 0,728 dibandingkan 0,599.

Uji F

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Makan Animals di Kabupaten Ende. Pengujian

dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} serta melihat nilai signifikansi pada taraf 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji simultan (uji F) disajikan pada tabel 4 berikut.

Tabel 4

Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	f_{hitung}	Sig
Regression	788,907	788,907	788,907	788,907	788,907
Residual	698,286	698,286	698,286		
Total	1.487,194	97			

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 4, hasil uji simultan menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 53,664 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} ($53,664 > 3,09$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Animals di Kota Ende. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan dua faktor yang secara bersama-sama berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Produk makanan yang berkualitas, disertai pelayanan yang baik, dapat memberikan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dinyatakan didukung oleh hasil pengujian.

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Makan Animals di Kabupaten Ende. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh R Square, sedangkan nilai Adjusted R Square dapat digunakan sebagai ukuran penyesuaian kemampuan model dengan mempertimbangkan jumlah variabel independen dan sampel penelitian. Hasil uji koefisien determinasi disajikan pada tabel 5 berikut.

Tabel 5

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,728	0,530	0,520	2,711

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien determinasi (R^2) diperkirakan sebesar 0,530 atau 53%. Artinya, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama diperkirakan mampu menjelaskan 53% variasi kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Animals. Sementara itu, sisanya sebesar 47% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti harga, lokasi, suasana restoran, dan faktor lainnya.

Pembahasan

Kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan dua faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan pada usaha rumah makan. Kualitas produk mencakup rasa, aroma, kesegaran bahan, cita rasa, dan penampilan makanan yang disajikan kepada pelanggan. Sementara itu, kualitas pelayanan meliputi kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kebersihan, keandalan, ketanggapan, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Produk makanan yang berkualitas disertai pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian Wawan Yonatan dan Sylvia Rosalina (2023) pada restoran Beef Boss Kelapa Gading menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian pada Zodiac Coffee & Co Cabang Karangasem yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian Rani Wahyuni dan Sixson Roberto Simangunsong (2024) pada Nominal Cafe menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas makanan dan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen merupakan aspek penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, kualitas produk dan kualitas pelayanan diduga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Animals di Kabupaten Ende. Semakin baik kualitas produk yang disajikan dan kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Animals.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Animals di Kota Ende dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik rasa, kebersihan, porsi, dan penyajian makanan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, sopan, dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dapat menciptakan pengalaman makan yang nyaman dan menyenangkan. Selain itu, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kedua variabel tersebut merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan oleh pihak Rumah Makan Animals untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan mendorong pelanggan melakukan kunjungan ulang.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, pihak manajemen Rumah Makan Animals disarankan untuk menjaga konsistensi rasa, kesegaran bahan, kebersihan, porsi, dan tampilan makanan agar kualitas produk tetap sesuai dengan harapan pelanggan. Selain itu, karyawan perlu meningkatkan keramahan, kecepatan, ketepatan, dan ketanggapan dalam memberikan pelayanan sehingga pelanggan merasa nyaman dan dihargai. Pihak manajemen juga perlu melakukan evaluasi secara berkala melalui masukan dan keluhan pelanggan sebagai dasar untuk memperbaiki kualitas produk maupun pelayanan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti harga, suasana rumah makan, dan lokasi, yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan sehingga penelitian berikutnya dapat memberikan hasil yang lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitria Sopiatal Lutfi, Aji Tuhagana, & Zenita Apriani. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Makanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tempat Makan Sego Pedas Basman Cabang Telagasari. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 4(3), 19–31. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v4i3.5861>
- Handayani, N. M. D., & Setiawan, I. G. A. (2024). The Influence of Service Quality and Product Quality on Consumer Satisfaction at McDonald's Nangka Denpasar Fast Food Restaurant. *The Journal of Management, Digital Business, and Entrepreneurship*, 2(01), 29–38. <https://doi.org/10.58857/jmdbe.2024.v02.i01.p04>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>

- Manggala, H., Adi Rinekso, G. P., & Si, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Shaburi Kelapa Gading). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 39–53.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10416>
- Mentang, J. J. ., Ogi, I. W. ., & Samadi, R. (2021). Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19 The Influence Of Product Quality And Service Quality Toward Consumer Satisfaction At Marina Hash In Manado Restaurant The Covid-19 Pandemic *Jurnal Emba Vol . 9 No . 4 Oktober. Jurnal EMBA*, 9(4), 680–690.
- Rahmadani, Suardana, & S. 2019. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Aroma Malaja. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(2), 2549–2284.
- Sukaesih, U., Miswan, M., Anjani, R., & Wahyudi, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(2), 79–93. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v5i2.1298>.
- Syafrida, E. (2021). Analisis reliabilitas instrumen penelitian sosial dengan Cronbach's Alpha. *Jurnal Statistika Dan Metodologi Sosial*, 4(1), 15–23.
- Shayari Gawir, S., Irawan, H., & Hadijah Wahid, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Berkah Panaikang Kec.Sinjai Timur Kab Sinjai Selatan. *Jurnal Asy-Syariah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 144–152. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v4i2.1215>
- Zulfikar, M. (2024). Statistik dan metodologi penelitian kuantitatif untuk ilmu sosial. Mitra Wacana Media.