

PERSETUJUAN PEMBIMBING
PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LAYANAN
KONSUMEN DI RUMAH MAKAN GEPREK UYAT
KOTA GORONTALO

SKRIPSI

Oleh

ADITYA T.K. KADIR

931417140

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Dr. Tineke Wólok, S.T, M.M
NIP. 197305232006042002

Pembimbing II



Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si
NIP. 197901302003121002

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
NIP. 198307162009121006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN GEPREK UYAT KOTA
GORONTALO**

SKRIPSI

Oleh

ADITYA T. K. KADIR

931417140

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Rabu, 22 Desember 2021

Waktu : 11.00 WITA

Penguji:

1. Dr. RAFLIN HINELO, S.Pd., M.Si
NIP. 197306181999031001

1.....

2. MERIYANA FRANSISCA DUNGA, S.E., M.M
NIP. 198212132008122002

2.....

3. TINEKE WOLOK, S.T., M.M
NIP. 197305232006042002

3.....

4. DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si
NIP. 197901302003121002

4.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Gorontalo



Dr. Muhammad Amir Arham, M.E
NIP. 197207252006041002

ABSTRAK

Aditya Tri Kurnia Kadir, 2021. “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Geprek Uyat Kota Gorontalo.” Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Ibu **Tineke Wolok, S.T., M.M** dan Bapak **Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dengan obyek pada RM Geprek Uyat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen RM Geprek Uyat. Jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah 96 responden. Adapun metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibuat sesuai dengan indikator yang kemudian dicek kevalidannya, studi literatur dan dokumentasi sebagai data pendukung.

Berdasarkan data yang diperoleh bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berarti jika variabel kualitas produk semakin tinggi akan berpengaruh positif terhadap kepuasankonsumen. Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh dari uji signifikansi persial (uji t) dengan besar pengaruhnya adalah variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 67,9%.Berdasarkan nilai kriteria, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis diterima. Sedangkan data kualitas pelayanan menunjukkan bahwa variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen besar pengaruhnya adalah 3,7%. Berdasarkan nilai kriteria, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga hipotesis diterima.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Aditya Tri Kurnia Kadir, 2021. "The Impact of Product Quality and Service Quality on the Consumer Satisfaction at Geprek Uyat Restaurant in Gorontalo City". Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics and Business, State University of Gorontalo. The principal supervisor is **Tineke Wolok, S.T., M.M.** and the co-supervisor is **Djoko Lesmana Radji, S.Pd.M.Si.**

The research objective is to find out and analyze the impact of product quality and service quality on consumer satisfaction at Geprek Uyat Restaurant. The research populations are all consumers of Geprek Uyat Restaurant, while its samples are 96 respondents. The data collection method uses a questionnaire that is made in accordance with indicator based on validity check, literature study, and documentation which are the supporting data.

Based on the data obtained, the product quality variable has a significant impact on consumer satisfaction, meaning that if the variable is higher, it will have a positive impact on consumer satisfaction. To support the data, the result obtained from partial significance test (t test) signifies that the impact of product quality variable on consumer satisfaction is 67.9%. In accordance with the value of criteria, H_0 is rejected, and H_a is accepted, which means that the product quality has a significant impact on consumer satisfaction, so that the hypothesis is accepted. In the meantime, the data on service quality indicate that the variable has a significant impact on consumer satisfaction for 3.7%. In accordance with the value of criteria, H_0 is rejected, and H_a is accepted, which means that the service quality has a significant impact on consumer satisfaction, so that the hypothesis is accepted.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

