

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Pada Geprek Mak Puji

Afifah Devi Lestari¹, Amaranila Prehastanti², Natalia Shinta Puspitasari³, Rachus Chandra Syah⁴, Marjam Desma Rahadhini⁵

Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Surakarta, Indonesia¹

Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Surakarta, Indonesia²

Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Surakarta, Indonesia³

Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Surakarta, Indonesia⁴

Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Surakarta, Indonesia⁵

Email: Afifahdevilestari76@gmail.com

Abstract: *In today's era, business competition is very tight, one of which is Ayam Geprek. This research was conducted to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction both partially and simultaneously. The research method used is a qualitative method with a descriptive approach. The data used is primary data obtained by distributing questionnaires to respondents, namely customers of Ayam Geprek Mak Puji in Ngawi. The population of this researcher is all customers of Ayam Geprek. The sample in this study used Purposive Sampling technique. The sampling technique used was simple random sampling totaling 50 respondents. The analysis method used is multiple linear regression test. The results showed 1. Product Quality significantly has a positive influence on Customer Satisfaction, 2. Service quality does not significantly affect Customer Satisfaction, 3. Product Quality and Service Quality together have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. This coefficient of determination is 63%. This means that 63% of customer satisfaction variables are explained by product quality variables and service quality, the rest are explained by other factors not included in this study.*

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

Abstrak: Di era sekarang persaingan bisnis sangat ketat salah satunya Ayam Geprek. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu pelanggan Ayam Geprek Mak Puji di Ngawi. Populasi peneliti ini adalah seluruh pelanggan Ayam Geprek. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling berjumlah 50 responden. Metode analisis yang digunakan adalah Uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan 1. Kualitas Produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, 2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 3. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan. Koefisien determinasi ini sebesar 63%. Hal ini berarti bahwa 63% variabel kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

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

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu dengan kemajuan dan perkembangan zaman tentunya akan merubah sudut pandang konsumen dalam memilih suatu produk yang diinginkan dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan, cita rasa, harga dan lain sebagainya. Banyaknya pesaing dalam dunia bisnis memerlukan suatu produk yang berbeda satu sama lainnya ataupun produk yang sama tetapi memiliki keunggulan yang berbeda. Sebuah produk suatu perusahaan haruslah memiliki keunggulan yang berbeda. Produk yang mempunyai keunggulan yang lebih tentunya akan memiliki daya tarik bagi para konsumen/pelanggan untuk mengonsumsinya. Jika produk tersebut adalah sebuah makanan tentunya kualitas rasa menjadi daya tarik utama dari makanan tersebut. Hal ini

dapat dilakukan jika perusahaan mempertahankan kualitas produk agar konsumen menjadi pelanggan tetap. Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Hal tersebut menjadi faktor penting bagi setiap usaha yang dijalankan agar usaha tersebut dapat berjalan karena tujuan utama dari didirikan suatu usaha adalah mendapatkan suatu keuntungan dan agar pelanggan puas dengan produk yang ditawarkan. Di era modern seperti saat ini persaingan bisnis sangat ketat produk yang ditawarkan pun beragam, salah satunya Ayam Geprek.

Ayam Geprek adalah makanan ayam goreng tepung khas Indonesia yang diulek atau dilumatkan bersama sambal bajak. Sebagian besar sumber menyebut bahwa ayam geprek berasal dari Kota Yogyakarta. Kini, ayam geprek telah menjadi hidangan populer yang dapat ditemukan di hampir semua kota besar di Indonesia. Ayam Geprek Mak Puji seperti namanya yang berlokasi di Ngawi Jawa Timur diproduksi oleh Mak Puji. Usaha tersebut berjalan sejak 2017 silam.

Alasan memilih objek ini karena produk sudah banyak dikenal masyarakat karena harganya ramah dikantong atau terjangkau, pelayanannya ramah, rasanya nikmat hanya Rp.10.000,00 sudah dijamin pasti kenyang. Masyarakat menjadikan harga sebagai pertimbangan, lebih memilih makan di warung Mak Puji ini karena dapat harganya terjangkau dan dijamin enak. Konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih berbagai menu yang diinginkannya, dikarenakan menu yang ditawarkan berbagai macam pilihan seperti: Ayam Geprek, Ayam Kremes, Ayam Bakar, Lele Kremes, Udang Kremes, dan Wader Kremes. Ayam Geprek Mak Puji harus meningkatkan produk, dan mempertahankan kualitas produk dan pelayanan, mencari informasi serta memenangkan persaingan untuk meningkatkan kepuasan pembelian konsumen dalam membeli produk ayam geprek. Penelitian ini dilakukan agar Mak Puji dapat meningkatkan kualitas produk karena kualitas faktor sangat penting agar konsumen bertahan dan beralih menjadi pelanggan dengan mempertahankan kualitas konsumen akan puas terhadap produk yang ditawarkan dan beralih menjadi pelanggan tetap di Ayam Geprek Mak Puji.

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang dinyatakan secara langsung maupun tersirat (2018: 261). Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuni Diah Saraswati. (2021), Abdul Gofur (2022), dan Putri Nilam Kencana (2020) ditemukan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Desy Permatasari, dan Tri Harsini Wahyuningsih (2020) ditemukan bahwa Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah usaha yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan, persyaratan, serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan (2017:47) Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abin Saripudin, Wawan Oktriawan, dan Nunung Kurniasih. (2021), Abdul Gofur (2022) dan Putri Nilam Kencana (2020) ditemukan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Alfiana Lidya Worotikan, James D. D. Massie, Hendra Tawas (2021) dan Yuni Diah Saraswati. (2021) ditemukan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi menurut Sekaran (2016) adalah kumpulan individu, objek, atau kejadian yang memiliki karakteristik atau ciri-ciri yang sama dan merupakan obyek penelitian. Populasi dapat didefinisikan sebagai "keseluruhan obyek atau subjek penelitian yang memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu dan dimaksudkan untuk dijadikan generalisasi". Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Ayam Geprek Mak Puji. Sampel Menurut Suharsimi Arikunto (2013), sampel adalah "bagian atau sekelompok anggota populasi yang dipilih sebagai obyek penelitian dan kemudian dianalisis untuk memperoleh informasi tentang populasi secara keseluruhan". Sampel penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling, sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 50 sampel. Lokasi penelitian ini dilakukan di Jl. Gubuk Duwur Rt04/01, Ds. Karanganyar, Kec. Karanganyar, Kab. Ngawi, Prov Jawa Timur.

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Indikator	Item	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Kualitas Produk	1	0,748	0,278	Valid
	2	0,729	0,278	Valid
	3	0,835	0,278	Valid
	4	0,754	0,278	Valid
	5	0,722	0,278	Valid
	6	0,871	0,278	Valid
Kualitas Pelayanan	7	0,799	0,278	Valid
	8	0,764	0,278	Valid
	9	0,834	0,278	Valid
	10	0,813	0,278	Valid
	11	0.802	0,278	Valid
Kepuasan Pelanggan	12	0,854	0,278	Valid
	13	0.864	0,278	Valid
	14	0,819	0,278	Valid
	15	0,798	0,278	Valid

Dalam Uji ini pearson yang akan digunakan sebagai analisis dan 0,05 sebagai tingkat signifikan serta r tabel diperoleh nilai senilai 0,278 yang diuji dengan dua arah dan jumlah data (n) sebanyak 50. Hasil Uji Kolerasi semua variabel yang menunjukkan hasil r hitung lebih tinggi dibandingkan r tabel sehingga dapat disimpulkan semua variabel penelitian valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas pada variabel kualitas produk diperoleh *cronbatch's Alpha* sebesar 86,8%, kualitas pelayanan sebesar 86,2%, dan kepuasan pelanggan 85,5% yang menunjukkan bahwa *cronbatch's Alpha* lebih besar daripada r tabel 0,278 yang artinya variabel pada penelitian reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Cronbach Alpha (α)	Nilai Minimum Cronbach Alpha (α) yang diisyaratkan	Keterangan
Kualitas Produk	86,8%	0,05	Reliabel
Kualitas Pelayanan	86,2%	0,05	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	85,5%	0,05	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2023

Hasil Uji Normalitas

Pada penelitian ini Uji Normalitas dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* yang hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07294812
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.217
	Positive	.217
	Negative	-.197
Test Statistic		.217
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

Exact Sig. (2-tailed)	.015
Point Probability	.000
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas didapat nilai signifikasi dibawah 0,05 yaitu 0,00. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal. Menurut Gujarati dalam Nuraeni (2016), yang menyatakan bahwa data berjumlah > 25 adalah sebuah sampel yang besar. Karena dalam penelitian ini digunakan sampel sebanyak 50 responden, maka data dianggap telah berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji *variance inflation factor* (vif) digunakan untuk mengetahui apakah terjadinya multikolinearitas antara variabel bebas atau independent *variable*

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.058	1.734		1.187	.241		
	X1	.424	.095	.596	4.477	.000	.426	2.349
	X2	.196	.104	.251	1.884	.066	.426	2.349

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF < 10,00 dan nilai tolerance > 0,1. Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Nilai VIF variabel Kualitas Produk sebesar 2,349 < 10,00 dan nilai tolerance sebesar 0,426 > 0,1 menyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Nilai VIF variabel Kualitas Pelayanan sebesar 2,349 < 10,00 dan nilai tolerance sebesar 0,426 > 0,1 menyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.648	1.244		2.129	.039
	X1	-.023	.068	-.074	-.342	.734
	X2	-.058	.075	-.169	-.776	.442

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah, 2023

Menurut Wiyono (2011), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Untuk penelitian ini menggunakan uji park, yaitu meregresikan nilai residual ($Lnei^2$) dengan masing-masing variabel independen. Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa t hitung variabel kualitas produk -0,342 dan kualitas pelayanan - 0,776. Sedangkan t tabel dengan $df = n-2$ atau adalah 1,617, dengan demikian tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada variabel-variabel tersebut.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.26381
Cases < Test Value	25
Cases >= Test Value	25
Total Cases	50
Number of Runs	21
Z	-1.429
Asymp. Sig. (2-tailed)	.153
a. Median	

Sumber: Data diolah, 2023

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). pada data di atas diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,153 lebih besar > dari 0,05, maka menunjukkan bahwa keadaan yang tidak signifikan tidak terdapat gejala atau masalah autokorelasi. hal ini berarti residual adalah random atau tidak terjadi autokorelasi.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam Analisis ini didapatkan dari Hasil penelitian bahwa variabel independent yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, maka hasil penelitian yang diperoleh adalah:

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.058	1.734		1.187	.241
	X1	.424	.095	.596	4.477	.000
	X2	.196	.104	.251	1.884	.066
a. Dependent Variable: Y1						

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan nilai persamaan yang dihasilkan oleh regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 2,058 + 0,424 X_1 + 0,196 X_2$$

Persamaan di atas disimpulkan bahwa nilai a (konstanta) sebesar 2,058, artinya jika Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan nilainya adalah 0, maka Kepuasan Pelanggan nilainya adalah 2,058.

1. Koefisien regresi Variabel Kualitas Produk sebesar 0,424, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Variabel Kualitas Produk mengalami kenaikan satu satuan, maka Variabel Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,424. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Variabel Kualitas Produk dengan Variabel Kepuasan Pelanggan, semakin naik variabel Kualitas Produk maka semakin meningkat variabel Kepuasan Pelanggan.
2. Koefisien regresi Variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,196, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Variabel Kualitas Pelayanan mengalami penurunan satu satuan, maka Variabel Kepuasan Pelanggan akan mengalami penurunan sebesar 0,196. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara Variabel Kualitas Pelayanan dengan Variabel Kepuasan Pelanggan, semakin naik Kualitas Pelayanan maka semakin menurun Kepuasan pelanggan.

Hasil Uji T

Uji T digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independent secara individu terhadap variabel independent.

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.058	1.734		1.187	.241
	X1	.424	.095	.596	4.477	.000
	X2	.196	.104	.251	1.884	.066

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data diolah, 2023

1. Variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berarti nilainya lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk dengan variabel kepuasan pelanggan.
2. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikansi 0,066 yang berarti nilainya lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan variabel Kepuasan Pelanggan.

Hasil Uji F

Uji F merupakan pengujian terhadap koefisien regresi secara bersama-sama yaitu pengaruh dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	102.570	2	51.285	42.730	.000 ^b
	Residual	56.410	47	1.200		
	Total	158.980	49			

a. Dependent Variable: Y1
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data diolah, 2023

Diperoleh nilai F sebesar 42,730 dan signifikansi 0,000 karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara Variabel Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.

Hasil Uji R

Untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel bebas secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat merupakan tujuan dari analisis koefisien determinasi (R)

Tabel 10. Hasil Uji R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803 ^a	.645	.630	1.096

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 10, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,630. Hal ini berarti bahwa 0,630 variabel kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara dimensi Kualitas Produk (X_1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) ditolak. Maka secara parsial dimensi Kualitas Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk setiap perubahan dari Kualitas Produk yang indikatornya akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Seperti pada penelitian Yuni Diah Saraswati. (2021), Abdul Gofur (2022), dan Putri Nilam Kencana (2020) yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Kualitas Produk merupakan faktor penting bagi Kepuasan Pelanggan.

Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara dimensi Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) ditolak. Maka secara parsial Kualitas Pelayanan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk setiap perubahan dari Kualitas Pelayanan yang indikatornya hanya akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan yang artinya Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar dengan asumsi variabel bebas lainnya ($X_2=0$) atau *Ceteris Paribus*. Seperti pada penelitian dari Abin Saripudin, Wawan Oktriawan, dan Nunung Kurniasih. (2021), Abdul Gofur (2022) dan Putri Nilam Kencana (2020) yang bertolak belakang bahwa secara parsial variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Hal ini didukung juga oleh penelitian Alfiana Lidya Worotikan, James D. D. Massie, Hendra Tawas (2021) dan Yuni Diah Saraswati (2021) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa jika Kualitas Pelayanan tersebut lebih ditingkatkan maka terdapat pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan informasi yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek Mak Puji di Ngawi. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan karena produk yang berkualitas akan memenuhi harapan pelanggan dan memberikan pengalaman positif pada saat mengonsumsinya. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik juga akan meningkatkan kepuasan pelanggan karena pelanggan akan merasa dihargai dan dilayani dengan baik, sehingga membuat mereka merasa nyaman dan puas saat berkunjung ke Ayam Geprek Mak Puji di Ngawi. Dengan demikian, Ayam Geprek Mak Puji di Ngawi perlu memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan terus meningkatkan kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, seperti memberikan keramahan, kecepatan, dan ketersediaan produk yang baik. Dengan begitu, Ayam Geprek Mak Puji di Ngawi dapat membangun loyalitas pelanggan yang kuat dan meningkatkan kesuksesan bisnisnya.

SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Ayam geprek mak puji hendaknya ditingkatkan lagi Kualitas Pelayanannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti objek sejenis, disarankan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel, atau meneliti variabel - variabel lainnya yang berhubungan dengan Kepuasan Pelanggan yang belum diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Gofur, A. (2022). Analysis of Product Quality, Service Quality, and Customer Satisfaction at Waroeng Special Sambal "SS" West Jakarta. In *Majalah Ilmiah Bijak* (Vol. 19, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Kencana, P. N. (n.d.). *The Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction of PT Huda Express Courier Services at Mcdonald's Bintaro Restaurant*. <http://ojs.unm.ac.id/index.php/administrare/index>

- Permatasari, D., Wahyuningsih, T. H., Ilmu, S. T., Ykpn, M., & -Indonesia, Y. (2020). *CAKRAWANGSA BISNIS Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta*. 1(1). <http://journal.stimykn.ac.id/index.php/cb>
- Saraswati Yuni Diah. (2021). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN BEBEK DAN AYAM GORENG PAK NDUT DI SAMARINDA. *Administrasi Bisnis*, 9.
- Saripudin, A., Oktriawan, W., & Kurniasih, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(01), 48–57. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.03>
- Worotikan Alfiana Lidya, Massie James D. D., & Tawas Hendra. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS MAKANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN IKAN BAKAR KINAMANG. *EMBA*, 9(3).