

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN J.CO
PALEMBANG INDAH MALL**



Skripsi Oleh :

Muhammad Ghaly Arielza

01011382126186

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2025

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN J.CO
PALEMBANG INDAH MALL

Disusun oleh :

Nama : Muhammad Ghaly Arielza

NIM : 01011382126186

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing



Tanggal: 30 Juli 2025

Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.SI
NIP.198307132023211006

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN 21/8 2025
FAKULTAS EK

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN J.CO PALEMBANG
INDAH MALL**

Disusun oleh :

Nama : Muhammad Ghaly Arielza
Nomor Induk Mahasiswa : 01011382126186
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang kajian : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam Ujian Komprehensif pada Senin, 30 Juli 2025 dan telah memenuhi syarat mendapat gelar sarjana

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 31 Juli 2025

Dosen Pembimbing



Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.Si
NIP. 198307132023211006

Dosen Penguji



Yulia Hamdani Putri, S.E., M.Si
NIP. 198507042018032001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., S.M., M.M
NIP 198907112018031001

SURAT PERNYATAAN INTEGRASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ghaly Arielza

NIM : 01011382126186

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN J.CO PALEMBANG INDAH MALL”**

Dosen Pembimbing : Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.SI

Tanggal Ujian : 30 Juli 2025

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam Skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 20 Agustus 2025
Pembuat Pernyataan



Muhammad Ghaly Arielza
NIM. 01011382126186

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

I Never Lose. I Either Win or Learn

Nelson Mandela

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Kedua Orang Tua
- Keluarga
- Sahabat
- Teman Seperjuangan
- Almamater

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran J.CO Palembang Indah Mall.”** Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya tulis ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyusunan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang. Akhirnya, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta doa, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi bahan rujukan yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen.

Palembang, 20 Agustus 2025
Pembuat Pernyataan

Muhammad Ghaly Arielza
NIM. 01011382126186

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari berbagai hambatan dan tantangan. Namun berkat doa, dukungan, bimbingan, serta bantuan dari banyak pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu, penulis dengan tulus menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, nikmat, serta karunia-Nya, sehingga penulis diberi kekuatan, kesehatan, dan kesempatan untuk menyelesaikan studi hingga tahap akhir ini. Dengan penuh rasa syukur, penulis memanjatkan terima kasih atas segala doa yang telah diijabah oleh-Nya.
2. Kepada Kedua orang tua, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, motivasi, serta dukungan baik moril maupun materil yang tidak ternilai harganya. Tanpa doa dan restu mereka, penulis tidak akan mampu sampai pada tahap ini.
3. Kak tercinta, yang selalu memberikan semangat, perhatian, serta dorongan positif selama penulis menempuh pendidikan dan menyusun skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. M. Adam, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
5. Bapak Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya periode 2023-2027.
6. Ibu Lina Dameria Siregar, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya periode 2023-2027

7. Bapak Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Yulia Hamdani, S.E., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, atas ilmu, arahan, serta bimbingan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
10. Staf Administrasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, atas segala bantuan dan kemudahan dalam pengurusan administrasi akademik.
11. Rekan-rekan Angkatan 2021 Manajemen, atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang telah diberikan selama menjalani perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas segala bentuk bantuan, dukungan, dan doa yang sangat berarti dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN 2/8 2015
FAKULTAS EKONOMI

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa :

Nama : M Ghaly Arielza
Nomor Induk Mahasiswa : 01011382126186
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

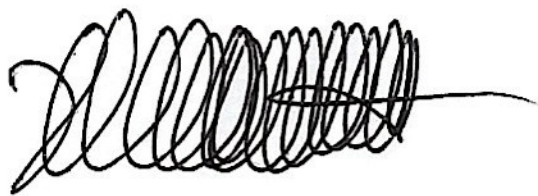
Judul Skripsi :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN J.CO PALEMBANG INDAH MALL

Telah kami periksa penulisan, grammar, maupun susunan teknis-nya dan kami setuju untuk ditempatkan di lembar abstrak.

Ketua Jurusan Manajemen

Dosen Pembimbing



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP. 19890711201803100



Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.Si.
NIP. 198307132023211006

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran J.CO Palembang Indah Mall

Oleh :

M Ghaly Arielza¹, Mohammad Eko Fitrianto², Yulia Hamdaini Putri³

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran J.CO Palembang Indah Mall. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel probabilitas terhadap seluruh populasi konsumen (122 responden), penelitian ini menghimpun data primer melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersamaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

Ketua Jurusan Manajemen

Dosen Pembimbing



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP. 19890711201803100



Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.Si.
NIP. 198307132023211006

ABSTRACT

The Influence of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction at J.CO Restaurant, Palembang Indah Mall

By :

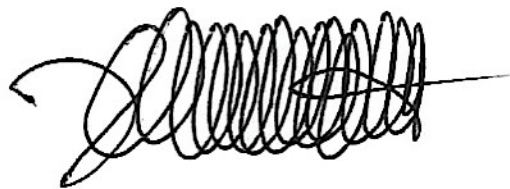
M Ghaly Arielza¹, Mohammad Eko Fitrianto², Yulia Hamdaini Putri³

This study analyzes the influence of service quality and product quality on customer satisfaction at J.CO Palembang Indah Mall restaurant. This study uses a quantitative method with probability sampling of the entire consumer population (122 respondents), this study collects primary data through questionnaires. The results show that service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction, product quality has a positive and significant influence on customer satisfaction, and service quality and product quality simultaneously have a positive and significant influence on customer satisfaction.

Keywords : Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

Ketua Jurusan Manajemen

Dosen Pembimbing



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP. 19890711201803100



Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.Si.
NIP. 198307132023211006

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Muhammad Ghaly Arielza
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat, Tanggal LAhir : Palembang, 17 Januari 2004
Agama : Islam
Email : Ghaly01januari@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

SD IBA

SMP Indriasana

SMA Xaverius 1

S1 Universitas Sriwijaya

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRASI KARYA ILMIAH	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktik.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	10
2.1.3. Model – Model Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.4. Pengertian Kualitas Produk	13
2.1.5. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	14
2.1.6. Dimensi Kualitas Produk	14
2.1.7. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	17
2.1.8. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.9. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	21

2.1.10. Hubungan antara Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Konseptual.....	34
2.4. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	39
3.2. Rancangan Penelitian	39
3.3. Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1. Jenis Data.....	40
3.3.2. Sumber Data	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data	41
3.5. Populasi dan Sampel	42
3.5.1. Populasi.....	42
3.5.2. Sampel	42
3.6. Teknik Analisis Data	43
3.6.1. Uji Instrumen Penelitian	43
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.3. Uji Statistik	46
3.6.4. Uji Hipotesis	46
3.7. Definisi Operasional Variabel	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Hasil Penelitian.....	50
4.2. Uji Instrumen Penelitian.....	50
4.2.1. Uji Validitas.....	50
4.2.2 Uji Reliabilitas	52
4.3. Analisis Frekuensi	53
4.3.1 Analisis Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan	53
4.3.2 Analisis Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	54
4.3.3 Analisis Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan	55
4.4. Uji Asumsi Klasik	56
4.4.1. Uji Normalitas	56
4.4.2. Uji Multikolinearitas.....	56
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas	57
4.4.4. Analisis Regresi Linear Berganda	59

4.5. Uji Kelayakan Model	60
4.5.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.5.2. Uji F.....	60
4.5.3. Pengujian Hipotesis (Uji Statistik t)	61
4.6. Pembahasan	62
4.6.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	62
4.6.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	63
BAB V PENUTUP.....	68
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Survei Pendahuluan di J.CO Palembang Indah Mall terkait Kunjungan ke J.CO Palembang Indah Mall.....	3
Tabel 2 Hasil Ulasan dari Konsumen J.CO PIM.....	4
Tabel 3. Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 5. Hasil Uji Validitas	51
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 7. Hasil Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	53
Tabel 8. Hasil Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	54
Tabel 9. Hasil Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 10. Hasil Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan 3 bulan terakhir.....	55
Tabel 11. Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	59
Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
Tabel 16. Hasil Uji F	61
Tabel 17. Hasil Uji t	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	37
----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri kuliner di Indonesia terus mengalami perkembangan yang signifikan, termasuk di kota Palembang. Sebagai salah satu kota kreatif nasional yang diakui oleh Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF), Palembang menunjukkan potensi besar dalam pengembangan sektor kuliner. Hal ini terlihat dari berbagai inovasi produk khas daerah, seperti pempek yang kini hadir dalam berbagai variasi dan telah berhasil menembus pasar internasional, termasuk ke negara-negara seperti Belanda, Inggris, Jepang, dan Singapura (Munanjar, 2019). Perkembangan ini tidak hanya mencerminkan dinamika industri kuliner secara lokal, tetapi juga menunjukkan kontribusi kuliner sebagai salah satu pilar ekonomi kreatif yang berdaya saing global. Sehingga Restoran bukan lagi sekadar tempat untuk memenuhi kebutuhan makan, tetapi juga menjadi lokasi untuk bersantai, berkumpul, atau bahkan bekerja. Persaingan yang semakin ketat di industri ini menuntut setiap restoran untuk memberikan layanan terbaik dan produk berkualitas agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu restoran yang cukup dikenal di Palembang adalah J.CO Donuts & Coffee.

J.CO adalah Donuts & Coffee adalah salah satu *franchise* yang menjual produk utama donat dan kopi. *Franchise* ini berkembang di Indonesia dengan konsep Amerika yaitu *open kitchen* atau dapur terbuka. J.CO berusaha bertahan dalam persaingan bisnis saat ini dengan memberikan inovasi produk kopi dan

donat yang disesuaikan dengan hasil riset pasar (Gracia, 2025). Selain itu, J.CO Donuts juga mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang maksimal. Hal ini bertujuan agar pelanggan merasakan kenyamanan dan kepuasan sehingga diharapkan konsumen dapat kembali berbelanja di restoran J.CO (Yudha et al., 2023). Hingga saat ini, jumlah gerai atau *outlet* J.CO Donuts & Coffee di Palembang sebanyak 4 buah gerai. Salah satu *outlet* J.CO yang ada di Palembang adalah J.CO Palembang Indah Mall (PIM).

Gerai J.CO di PIM memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan gerai lainnya di Palembang. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan pelanggan, terdapat beberapa alasan utama yang menjadikan J.CO PIM sebagai pilihan favorit yang disajikan pada Tabel 1. Pada Tabel 1 dijelaskan jika alasan utama konsumen melakukan pembelian di J.CO PIM karena konsumen merasa nyaman dengan lingkungan yang tersedia di J.CO PIM. Konsumen merasa jika dibandingkan gerai J.CO lainnya di Palembang, gerai J.CO di PIM bisa menawarkan ambience yang paling nyaman dan membuat konsumen bisa betah untuk berkunjung ke gerai tersebut. Alasan selanjutnya dikarenakan cita rasa dari donat yang ditawarkan oleh J.CO PIM. Untuk cita rasa, sebenarnya seluruh gerai J.CO telah distandardisasi agar bisa menawarkan donut dengan rasa yang sama kepada konsumen. Akan tetapi, berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan, konsumen merasa jika produk J.CO yang ada di PIM memiliki tekstur yang berbeda dengan J.CO di tempat lain. Sehingga konsumen lebih memilih untuk melakukan pembelian di J.CO PIM. Alasan selanjutnya adalah pelayanan yang diberikan oleh penjaga gerai. Konsumen merasa jika karyawan di

J.CO PIM bisa memberikan pelayanan yang lebih ramah dibandingkan dengan karyawan di gerai J.CO lainnya sehingga bisa membuat konsumen merasa lebih senang saat melakukan pembelian di J.CO PIM.

Kepuasan konsumen muncul karena konsumen merasa jika J.CO bisa memberikan banyak pilihan rasa donat serta J.CO sering memberikan potongan harga kepada konsumen (Akbar, 2017). Selain itu, konsumen juga beranggapan jika dengan harga yang ditetapkan, J.CO mampu menghadirkan produk donat yang berkualitas jika dibandingkan dengan pesaingnya. Sedangkan untuk kualitas pelayanan, konsumen merasa jika pelayanan yang diberikan kepada konsumen membuat konsumen merasa diterima dan dihargai. Perlu diketahui, untuk bisa bertahan di tengah persaingan, J.CO tidak hanya diharapkan untuk bisa menghadirkan produk yang berkualitas, tetapi juga memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen (Yudha et al., 2023).

Tabel 1.

Hasil Survei Pendahuluan di J.CO Palembang Indah Mall terkait Kunjungan ke J.CO Palembang Indah Mall

Alasan mengunjungi J.CO	Jumlah	Persentase
Citarasa	6	33,33%
Kenyamanan	8	50,00%
Pelayanan	4	16,67%
Jumlah	18	100%

Sumber: Survei Pendahuluan

Berdasarkan dari hasil wawancara singkat yang dilakukan untuk melengkapi Tabel 1., Pengalaman yang diungkapkan oleh konsumen J.CO PIM akan dilampirkan pada Tabel 2:

Tabel 2.
Hasil Ulasan dari Konsumen J.CO PIM

Kategori	Indikator yang diperhatikan	Poporsi	
		Ulasan	Komentar
		Positif	
Kenyamanan	1. Suhu & kebersihan ruang 2. Ketersediaan tempat duduk 3. Lama antre	80%	Sebagian besar menyebutkan suasana nyaman & AC dingin; keluhan utama: antrean panjang dan alur barisan ganda (ambil donat → kasir → minuman).
Cita Rasa	1. Tekstur & kelembutan donat 2. Varian rasa & keseragaman rasa 3. Kualitas kopi/minuman	90%	Donat dinilai sangat lembut & variatif; <i>best-seller</i> seperti Coco Loco sering dipuji. Kritik minor: rasa terlalu manis & cappuccino “kurang <i>strong</i> ”.
Pelayanan	1. Keramahan & kesigapan staf 2. Kecepatan penyajian 3. Kejelasan proses pemesanan	75%	Mayoritas menyebutkan staf ramah; sisi negatif paling sering muncul di kategori ini: ada yang merasa staf “kurang ramah” dan prosedur pemesanan membingungkan.

Sumber: Google.com (2025)

Selain itu, sejarah J.CO PIM sebagai gerai pertama di Palembang juga menjadi daya tarik emosional bagi pelanggan. Banyak pelanggan yang sudah mengenal gerai ini sejak lama merasa memiliki keterikatan tertentu, yang mendorong mereka untuk tetap *loyal*. Faktor kenyamanan juga menjadi perhatian utama, di mana lokasi J.CO PIM yang strategis, ruang yang nyaman, serta koneksi

internet yang stabil memberikan pengalaman lebih baik dibandingkan gerai lainnya. Tidak hanya itu, dengan adanya teknologi berupa aplikasi J.CO, bisa membuat konsumen melakukan pick up produk tanpa perlu mengantri. Konsumen yang melakukan pembelian melalui aplikasi J.CO juga bisa mendapatkan diskon tambahan.

Namun, di balik berbagai keunggulan tersebut, J.CO PIM juga menghadapi beberapa permasalahan yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Beberapa pelanggan mengeluhkan waktu tunggu yang lama pada jam-jam sibuk, yang menunjukkan adanya potensi kekurangan dalam pengelolaan layanan. Selain itu, meskipun variasi produk di gerai ini dinilai lengkap, terdapat beberapa situasi di mana varian tertentu habis lebih cepat.

Persaingan yang semakin ketat di industri kuliner di Palembang menambah tantangan bagi J.CO PIM untuk mempertahankan posisinya. Pesaing utama J.CO yaitu Dunkin Donut dan Mister Donut. Kedua merek tersebut menjual donat dengan berbagai varian rasa dan dengan harga yang bersaing. Dunkin Donut dan Mister Donut juga telah berhasil membuka berbagai gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. Di Palembang, persaingan J.Co juga bertambah dengan munculnya banyak restoran dan kafe baru dengan konsep inovatif terus bermunculan. Baik Dunkin Donut, Mister Donut, serta berbagai restoran dan kafe berlomba-lomba untuk menawarkan pengalaman kuliner yang menarik baik dari sisi produk maupun layanan. Jika tidak ada upaya peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk, pelanggan dapat dengan mudah beralih ke kompetitor. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan dan kualitas produk menjadi dua faktor utama

yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mencakup aspek seperti keramahan staf, kecepatan layanan, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif dan membangun loyalitas pelanggan. Sebaliknya, layanan yang lambat atau kurang ramah dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan berpotensi merusak citra restoran. Di sisi lain, kualitas produk juga menjadi elemen penting yang tidak dapat diabaikan. Pelanggan cenderung memilih restoran berdasarkan kualitas rasa, kebersihan, serta konsistensi produk yang ditawarkan. Dalam kasus J.CO, produk unggulan seperti donat dan minuman perlu terus dipertahankan kualitasnya agar tetap memenuhi ekspektasi pelanggan (Asti & Ayuningtyas, 2020).

Berdasarkan fenomena ini, penting untuk memahami sejauh mana kualitas pelayanan dan kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan di J.CO PIM. Pemahaman yang mendalam mengenai hubungan kedua faktor ini dengan kepuasan pelanggan dapat membantu restoran merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan tersebut dengan tujuan utama menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di J.CO Palembang Indah Mall.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, masalah yang dibahas dalam tulisan ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran J.CO Palembang Indah Mall?

2. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran J.CO Palembang Indah Mall?
3. Apakah kualitas produk dan layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Restoran J.CO Palembang Indah Mall?

1.3. Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Restoran J.CO Palembang Indah Mall
2. Mengkaji dampak kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Restoran J.CO Palembang Indah Mall
3. Mengetahui pengaruh simultan antara kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran J.CO Palembang Indah Mall

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mengembangkan teori dan literatur tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini akan memperluas pengetahuan akademik tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri restoran, khususnya di Restoran J.CO Palembang Indah Mall. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi referensi berharga bagi penelitian lain di bidang ini.

1.4.2. Manfaat Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen Restoran J.CO Palembang Indah Mall meningkatkan kualitas pelayanan dan produk. Dengan memahami bagaimana kedua faktor tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan, manajemen restoran dapat membuat keputusan yang lebih tepat tentang bagaimana meningkatkan layanan dan produk mereka, sehingga mereka dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga dapat membantu restoran lain dengan ciri-ciri yang sama dalam membangun strategi pelayanan dan pengembangan produk yang lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). Ilomata International Journal of Tax & Accounting (IJTC) The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 2(1). <https://www.ilomata.org/index.php/ijtc>
- Erpurini, W., Alamsyah, N., & Kencana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Kepercayaan Konsumen Lazada. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 763–767. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1524>
- Geofany, S., & Winie Sari, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Sheren Geofany, dkk) Madani. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 88–95. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11000418>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBS SPSS 25 EDISI 9*.
- Gracia. (2025, May 18). *Kesuksesan JCO Donuts, Siapa Sangka Berasal dari Indonesia? Kesuksesan JCO Donuts, Siapa Sangka Berasal dari Indonesia?* MojokBisnis.
- Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome* (Vol. 2).
- Hakim, L. N. (2021). Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervenning Variables (Case Study on the Tirta Jasa Lampung Selatan Regional Company (PDAM)). *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance*, 1(1), 48–56. <https://doi.org/10.33258/economit.v1i1.374>

- Hastono, H., & Diana, M. (2021). Pengaruh kualitas produk fasta dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Pepper Lunch cabang Central Park Jakarta Barat. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(2), 163–169.
- Hennayake, H. M. G. Y. J. (2017). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction of Public Sector Commercial Banks: A Study on Rural Economic Context. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 7(2), 156. www.ijsrp.org
- Indra. (2022). Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (SUSHI TEI) Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 246–255. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.589>
- Intan Aghitsni, W., & Busyra, N. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor*. 6(3), 2022.
- Jayanto, P., Arianto, N., Kunci, K., Produk, K., Pelayanan, K., & Pelanggan, K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jco Donut & Coffee Mall Puri Indah. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 438–448. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Lesmana, R., & Ratnasari,). (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa* (Vol. 2, Issue 2).
- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). Effect Of Service Quality And Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 4. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Malhotra. (2020). *Marketing Research: Applied Insight*.
- Maulina, W. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Berlian Beauty Clinic Samarinda*. 9(2), 248–254.
- Munanjar, A. (2019). *Kreasi pengusaha dorong kuliner palembang makin mendunia*. AntaraLampung.

- Mustofa, A., Rimawan, E., & Mulyanto, A. D. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty (Case Study PT ABC Tbk). *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 8(7). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29557.93925>
- Nasruddin & Saragih, D. R. U. (2022). Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peran kualitas pelayanan: keputusan pembelian sebagai mediator (Riset pelanggan Ammal Marwah Tour – pembelian tiket maskapai penerbangan). *EduTurisma: Journal of Tourism and Education*, 6(2), 1–12.
- Nazaruddin, H. A. and Fitrianto, Eko *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Motor Matik di kota Palembang*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, 12 (2). pp. 99-110. ISSN 1412-4521
- Norawati, S., Ali, A., Ihsan, A., & Putra, E. (n.d.). *Analysis of Product Variation, Quality of Service and Their Effect on Customer Satisfaction*.
- Novad, M. K., & Hendrawan, D. (2024). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(2), 359–372. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.2.09>
- Prasetyo, J. H., & Gunawan, H. (2020). The Influence of Service Quality towards the Customer Satisfaction of XYZ Bank at Gajah Mada Branch Office in West Jakarta. In *International Journal of Innovative Science and Research Technology* (Vol. 5, Issue 3). www.ijisrt.com160
- Schindler. (2013). *BUSINESS RESEARCH METHODS*.
- Siswanto, H., Adhilla, F., Kunci, K., Produk, K., Layanan, K., Tanggap, D., & Pelanggan, K. (n.d.). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pasar Bisnis (Studi pada CV Kreasindo Mitra Pratama)*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Susilowati, Y., & Yasri, Y. (2019, May 27). *The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction Toward Word of Mouth Intention*. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.52>

- Three, B., & Assagaf, A. (2014, 18–19 September). The First International Conference on Entrepreneurship. *Dalam J. E. Sutanto (Ed.), Proceedings of the 1st International Conference on Entrepreneurship* (hlm. 10–15). Universitas Ciputra, Surabaya.
- Tular, Rumondor & Kawengian (2024): *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan J.Co di Universitas Prisma*
- Violani, V. (n.d.). *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND ANALYSIS The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Loyalty at Skuy Burgerin Shop in Bukittinggi with Customer Satisfaction as Mediation Variable*.
<https://doi.org/10.47191/ijmra/v6-i3-37>
- Winata, A., Prabowo, B., Veteran, N., & Timur, J. (2022). *Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada London Beauty Center (LBC) Sidoarjo*. 3, 810.
- Wydyanto, W., Rafqi Ilhamalimy, R., & Ilhamalimy, R. R. (2021). *The Influence Of Service Quality And Product Quality On Purchase Decisions And Customer Satisfaction (Marketing Management Literature Review)*. 3(2).
<https://doi.org/10.31933/dijms.v3i2>