

## **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Marugame Udon**

**Joanita Bete Freitas, Mahesa Putra Samodra, Nirina Adelia, Nita Rahmawati, M Rifai Mustofa, Indra Hastuti**

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta  
Jl. Ki Mangun Sarkoro No. 20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah. 57135  
Telp. (instansi terkait)

E-mail: [230414070@mhs.udb.ac.id](mailto:230414070@mhs.udb.ac.id)

### **Abstrak**

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan peiklanan terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dan sampel adalah pelanggan yang mengunjungi toko Marugame Udon Kota Kasablanka minimal 2x atau berjumlah 100 responden, pengambilan sampel untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Metode yang digunakan adalah kuantitatif menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan SPSS versi 21. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.*

*Kata Kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, kepuasan pelanggan*

### **Abstract**

*The aim of this research is to determine and analyze the effect product quality, service quality, and advertising on population and sample customer satisfaction. Are customers who visited the Marugame shop in Casablanca City at least twice of totaling 100 respondents. Sample collection for this research was carried out using the method, purposive sampling. The method used was quantitative using multiple linear regression analysis and using SPSS version 21. The result of the research prove that the quality, the product does not have a positive and significant effect on customer satisfaction, while quality, service and promotion have a positive effect, and significant to customer satisfaction. Simultaneously, variable, quality product. Service quality and promotions have a positive and significant effect on customer satisfaction.*

*Keywords: product quality, service quality, promotions, customer satisfaction*

### **1. Pendahuluan**

Perkembangan usaha di era kini, sangat dipengaruhi oleh persaingan yang ketat, memaksa perusahaan untuk berinovasi agar tetap bertahan. Restoran menjadi salah satu bisnis yang berkembang pesat, dengan pelayanan yang mengutamakan kualitas produk dan pelayanan. Salah satu contoh adalah Marugame Udon, restoran Jepang yang pertama kali dibuka di Indonesia pada 2013. Di kenal dengan udon yang lezat, restoran ini menggunakan resep asli Jepang & berkualitas, serta telah mendapatkan sertifikat halal. Kepuasan pelanggan di Marugame Udon sangat penting untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dan mempertahankan basis pelanggan. Marugame Udon menawarkan berbagai menu dan kualitas pelayanan berkualitas tinggi menjadi prioritas tanpa membedakan status sosial pelanggan. Penelitian menunjukkan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara individu maupun kelompok.

## 2. Metodologi

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS versi 21.

### Metode Pengumpulan Data :

- 2.1 **Penentuan Populasi dan Sempel** : populasi adalah semua pelanggan yang pernah datang ke Marugame Udon di Kota Kasablanka. Sampel yang digunakan adalah 100 responden yang telah mengunjungi restoran minimal 2x dan bersedia mengisi kuisisioner. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling.
- 2.2 **Pengumpulan Data** : data dikumpulkan melalui kuisisioner dengan skala likert 5 pilihan.
- 2.3 **Uji Asumsi** : data yang dikumpulkan di uji asumsi normalitas, multi kolinieritas, heteroskedastitas, dan linearitas.
- 2.4 **Analisis Data** : data dianalisis diinterpretasi dan didiskusikan berdasarkan teori-teori yang relevan.
- 2.5 **Uji Hipotesis** : hipotesis diuji menggunakan F dan uji T.
- 2.6 **Simpulan dan saran** : kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, 3 variabel (kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Meskipun restoran menggunakan resep asli Jepang dan bahan berkualitas, peningkatan kualitas tidak menjamin kepuasan pelanggan. Hal ini mungkin disebabkan oleh faktor lain seperti referensi pelanggan yang beragam atau ekspektasi yang sudah terpenuhi dengan standar kualitas yang ada. Pelayanan yang baik termasuk kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan, keramahan, dan pengetahuan produk, secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan. Strategi promosi yang efektif, seperti pemanfaatan media sosial dan penyebaran flyer, menarik minat pelanggan dan memberikan informasi tentang produk baru sehingga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

## 4. Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Marugame Udon Kota Kasablanka. Meskipun kualitas tidak berpengaruh signifikan, strategi promosi yang efektif dan pelayanan kualitas tinggi mampu menarik minat pelanggan dan memberikan pengalaman positif, sehingga meningkatkan kepuasan mereka.

### Saran

Marugame Udon perlu secara proaktif meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan berkelanjutan kepada karyawan, serta memberikan penghargaan yang layak bagi kinerja unggul. Strategi promosi juga perlu diperluas dengan memanfaatkan platform digital dan media sosial secara efektif untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan memperkenalkan produk baru. Terakhir sangat penting untuk secara berkala melakukan riset pasar dan survei pelanggan untuk memahami preferensi dan kebutuhan mereka, serta mempertimbangkan program loyalitas pelanggan untuk meningkatkan retensi dan kepuasan.

## Daftar Pustaka

Dewi, I.S., & Sihombing, I. K. (2019). Pemasaran Dan Manajemen Pasar Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli Dan Kepuasan Konsumen. Deepublish Publisher (Grup Penerbit CV BUDI UTAMA).

- Kotler, P., & Keller, K.L.(2021). Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management. Pearson PracticeHall,83.
- Indrasari,M.(2019).Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.Unitomo Press.
- Sugiyono.(2019).METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D (edisi ke-5).Penerbit Alfabeta.  
<https://www.marugameudon.com>  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102354>
- Tjiptono, F., &Chandra, G.(2019) Service, Quality & Costomer Satisfaction (F. Tjiptono (ed.); Edisi 5). ANDI (Anggota IKAPI).
- Suri, H., & Nainggolam, B. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keuasan Pelanggan di Pippo Italian Senayan Restaurant, Jurnal Ilmiah Core IT, 8(1), 43-52.
- Kim, J. H., Song, H., & Youn, H.(2020). The chain of effects from auuauthenticity cues to purchase intention: The role of emotions and restaurant image. International Journal of Hospitality Management, 85(July), 102354.
- Rahayu, S., & Setiawan, D. (2023). The Impact of Product Quality and Promotion on Costomer Satisfaction: A Casa Udon. International Journal of Marketing Studies, 15(2), 45-60.
- Sari, R. A., & Prabowo. H.(2024). Costomer Experience in the Food Industry: The Influence of Service Quality and Promotions. Journal of Hospitality and Tourism Management, 50,75-85.