



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Agroindustri UMKM Gelora Cake Makassar)

Qania Syakirah^{1*}, St. Sabahannur¹, Iskandar Hasan¹, Mais Ilisan¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bioremediasi Lahan Tambang, Universitas Muslim Indonesia

*Penulis Korespondensi, email:

Diserahkan: 22/07/2026

Direvisi : 23/07/2026

Diterima: 29/07/2026

ABSTRAK

Kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan dua faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di bidang bakery. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan proses pengadaan bahan baku dan bahan pendukung pada UMKM Gelora Cake, (2) menganalisis persepsi konsumen terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, (3) menganalisis variabel yang lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, serta (4) menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei–Juli 2026 pada UMKM Gelora Cake, Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar. Jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan teknik accidental sampling. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif, analisis deskriptif kuantitatif dengan skala Likert, serta analisis regresi linear berganda yang dilengkapi uji-t, uji-F dan koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengadaan bahan baku dan bahan pendukung dilakukan secara terencana melalui distributor langganan sebagai pemasok utama dan pasar tradisional sebagai pemasok alternatif, disertai pengendalian mutu dan penyimpanan sesuai karakteristik bahan. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk (440), kualitas pelayanan (427) dan kepuasan konsumen (429) seluruhnya berada pada kategori Sangat Suka. Hasil analisis regresi memperoleh persamaan $Y = 3,600 + 0,291X_1 + 0,328X_2 + e$. Kualitas produk (t hitung 4,676; Sig. 0,000) dan kualitas pelayanan (t hitung 6,009; Sig. 0,000) berpengaruh sangat signifikan secara parsial, serta berpengaruh sangat signifikan secara simultan (F hitung 83,714; Sig. 0,000) dengan nilai R^2 sebesar 0,633. Kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peran strategis sebagai penyedia bahan baku utama bagi sektor perindustrian, khususnya industri makanan dan minuman. Berbagai komoditas pertanian seperti gandum, gula, telur, susu dan hasil hortikultura merupakan input penting dalam proses produksi industri pangan, termasuk industri bakery. Ketersediaan bahan baku yang berkualitas, berkelanjutan dan stabil sangat memengaruhi kelancaran proses produksi serta mutu produk akhir yang dihasilkan. Penguatan sektor pertanian dengan demikian menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan industri pengolahan serta peningkatan nilai tambah dalam perekonomian (Juswadi, 2021). Nilai tambah tersebut dapat diperoleh dari beragam faktor, antara lain variasi produk yang berkualitas untuk menarik konsumen serta penerapan teknologi dalam proses produksi (Zaki dkk., 2023).

Produk bakery merupakan produk pangan berbahan dasar tepung yang dikombinasikan dengan air, ragi, telur, gula dan garam, kemudian melalui proses pemanggangan pada suhu tinggi. Produk ini cukup diminati masyarakat karena memiliki rasa yang beragam, tekstur yang khas serta praktis untuk dikonsumsi. Variasi produk yang terus berkembang dan inovasi yang dilakukan produsen menjadikan produk bakery memiliki peluang pasar yang besar dan permintaan yang terus meningkat, sehingga secara tidak langsung mendorong pertumbuhan industri bakery di Indonesia (Weenty dkk., 2024).

Perkembangan usaha penyediaan makanan dan minuman di Provinsi Sulawesi Selatan menunjukkan dinamika pertumbuhan yang signifikan seiring meningkatnya kebutuhan konsumsi masyarakat dan berkembangnya sektor kuliner daerah. Gambaran struktur dan komposisi usaha penyediaan makanan dan minuman di Sulawesi Selatan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. *Jumlah Usaha Penyedia Makanan dan Minuman di Sulawesi Selatan Tahun 2024*

No	Kategori Usaha	Jumlah (Unit)	Persentase (%)
1	Restoran/Rumah Makan	40.215	40,90
2	Penyedia Makanan dan Minuman Lainnya (termasuk cake & bakery, food court, food truck)	38.164	38,82
3	Penyedia Makanan Keliling/Tempat Tidak Tetap	10.144	10,32
4	Katering/Jasa Boga	9.795	9,96
Total		98.318	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, 2024.

Berdasarkan Tabel 1, jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman di Sulawesi Selatan pada tahun 2024 mencapai 98.318 unit yang didominasi kategori restoran/rumah makan sebesar 40,90% (40.215 unit), diikuti kategori penyediaan makanan dan minuman lainnya sebesar 38,82% (38.164 unit), tempat usaha keliling 10,32% (10.144 unit) dan katering/jasa boga 9,96% (9.795 unit). Struktur tersebut menunjukkan bahwa sektor kuliner di Sulawesi Selatan berkembang secara beragam dan kompetitif, sehingga persaingan antarpelaku usaha, termasuk usaha bakery, semakin ketat.

Meningkatnya jumlah pelaku usaha pada industri bakery menuntut setiap pelaku usaha mampu menciptakan keunggulan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang diberikan selama proses pembelian. Produk dengan cita rasa yang baik, tekstur yang lembut, tampilan yang menarik serta kualitas yang konsisten akan meningkatkan penilaian positif konsumen, sedangkan pelayanan yang cepat, ramah dan responsif berperan penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang memuaskan. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan konsumen.

Kualitas layanan dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam industri makanan dan bakery. Kualitas layanan yang meliputi kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, responsivitas serta keandalan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan berperan dalam membentuk persepsi positif konsumen, sedangkan kualitas produk yang mencakup rasa, tampilan visual dan konsistensi produk turut menentukan tingkat kepuasan konsumen (Mahsyar & Surapati, 2020). Farizky dkk., (2022) menggambarkan kepuasan konsumen sebagai perasaan puas atau tidak puas yang muncul dari perbandingan antara ekspektasi dan kinerja produk, sedangkan Ahyani (2022) menjelaskan kepuasan konsumen sebagai derajat kesenangan atau ketidakpuasan setelah membandingkan performa produk dengan yang diharapkan.

UMKM Gelora Cake merupakan salah satu usaha bakery di Kota Makassar yang berdiri sejak tahun 2009 dan hingga kini masih bertahan di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif. Meskipun demikian, belum terdapat kajian yang secara khusus mengukur sejauh mana kualitas produk dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen pada usaha tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan proses pengadaan bahan baku dan bahan pendukung pada UMKM Gelora Cake di Kota Makassar; (2) menganalisis kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berdasarkan persepsi konsumen; (3) menganalisis variabel yang lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen; serta (4) menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah (1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen; (2) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen; dan (3) kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UMKM Gelora Cake di Kota Makassar.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha UMKM Gelora Cake yang berlokasi di Jl. BTN Kalamang Permai Blok F No. 22, Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Penentuan

lokasi dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa UMKM Gelora Cake merupakan salah satu usaha bakery yang sedang berkembang dan memiliki jumlah konsumen yang cukup banyak. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juli 2026.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UMKM Gelora Cake yang telah melakukan pembelian minimal dua kali, baik secara langsung maupun secara daring (Mardhiyah dkk., 2025). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode accidental sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, di mana konsumen yang secara kebetulan ditemui dan memenuhi kriteria dapat dijadikan responden. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Lemeshow (Rosyida & Priantilianingtiasari, 2023) sebagai berikut:

$$n = z^2 \cdot p (1 - p) / d^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = harga standar normal (1,96)

p = estimator proporsi populasi (0,5)

d = interval penyimpangan atau sampling error (0,10).

Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh $n = 96,04$ yang dibulatkan menjadi 100 responden. Adapun kriteria responden meliputi konsumen yang telah melakukan pembelian minimal dua kali, berusia minimal 17 tahun dan bersedia mengisi kuesioner melalui Google Form.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif berupa informasi mengenai proses pengadaan bahan baku dan bahan pendukung, sedangkan data kuantitatif berupa skor persepsi responden terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Sumber data terdiri atas data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner, serta data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, artikel ilmiah, buku dan literatur lain yang relevan (Nashrullah dkk., 2023).

Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk mengamati proses pengadaan bahan baku, kegiatan produksi, kondisi fasilitas usaha serta aktivitas pelayanan kepada konsumen pada UMKM Gelora Cake.

Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pemilik dan karyawan UMKM Gelora Cake dengan bantuan pedoman wawancara untuk memperoleh informasi mengenai sejarah usaha, sumber daya usaha serta proses pengadaan bahan baku dan bahan pendukung.

Kuesioner

Kuesioner diberikan kepada responden konsumen secara langsung maupun secara daring melalui Google Form untuk memperoleh data persepsi responden terhadap variabel penelitian (Nurbaiti & Napitupulu, 2020).

Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan catatan dan gambar kegiatan di lokasi penelitian sebagai data pendukung.

Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif, dilanjutkan dengan uji instrumen, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS.

Analisis Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan proses pengadaan bahan baku dan bahan pendukung pada UMKM Gelora Cake secara sistematis, sehingga menjawab tujuan penelitian pertama.

Analisis Deskriptif Kuantitatif

Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk mendeskripsikan persepsi responden terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menggunakan skala Likert dengan lima tingkat penilaian, yaitu skor 5 (sangat suka), 4 (suka), 3 (netral/cukup suka), 2 (tidak suka) dan 1 (sangat tidak suka) (Sugiyono, 2016). Skor total setiap indikator diperoleh dari jumlah responden dikalikan bobot jawaban, dengan skor maksimum $100 \times 5 = 500$ dan skor minimum $100 \times 1 = 100$, sehingga diperoleh interval sebesar 80. Rentang dan kategori penilaian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rentang dan Kategori Nilai Skor

No	Rentang Skor	Kategori
1	100 – 179	Sangat Tidak Suka
2	180 – 259	Tidak Suka
3	260 – 339	Netral / Cukup Suka
4	340 – 419	Suka
5	420 – 500	Sangat Suka

Sumber: Sugiyono, 2016.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu butir dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Sugiyono, 2016). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, di mana suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2018).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan: Y = kepuasan konsumen; a = konstanta; b_1 = koefisien regresi kualitas produk; b_2 = koefisien regresi kualitas pelayanan; X_1 = kualitas produk; X_2 = kualitas pelayanan; e = error. Apabila koefisien regresi bernilai positif, maka variabel bebas berpengaruh searah terhadap variabel terikat, dan sebaliknya (Wisamsur dkk., 2024).

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) melalui uji-t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial dan uji-F untuk mengetahui pengaruh kedua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan ditolak apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat, dengan nilai berkisar antara 0 sampai 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen UMKM Gelora Cake yang berjumlah 100 orang. Karakteristik responden yang diamati meliputi umur, jenis kelamin dan frekuensi pembelian dalam sebulan. Selain itu, informan kunci dalam penelitian ini adalah pemilik usaha, yaitu Hj. Endang, seorang

perempuan berumur 53 tahun dengan pendidikan terakhir sarjana (S1) yang telah mengelola Gelora Cake sejak tahun 2009.

Umur Responden

Tabel 3. *Karakteristik Responden Berdasarkan Umur*

Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
17 – 21	15	15
22 – 30	52	52
31 – 40	18	18
41 – 50	12	12
51 – 62	3	3
Total	100	100

Minimum: 17 tahun; Maksimum: 62 tahun; Rata-rata: 30 tahun

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 3, kelompok umur 22–30 tahun merupakan kelompok terbanyak, yaitu 52 orang (52%), sedangkan kelompok umur 51–62 tahun merupakan kelompok paling sedikit, yaitu 3 orang (3%). Rata-rata umur responden adalah 30 tahun, yang menunjukkan bahwa produk Gelora Cake lebih banyak diminati konsumen pada usia produktif. Hasil ini sejalan dengan Rasmikayati dkk. (2020) yang menyatakan bahwa kelompok usia produktif memiliki frekuensi pembelian yang lebih tinggi dibandingkan kelompok usia lainnya karena memiliki daya beli yang lebih baik serta lebih aktif dalam aktivitas konsumsi. Dengan demikian, kelompok usia 22–30 tahun merupakan segmen pasar utama bagi UMKM Gelora Cake.

Jenis Kelamin

Tabel 4. *Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin*

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	33	33
Perempuan	67	67
Total	100	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4, responden berjenis kelamin perempuan mendominasi pembelian produk di UMKM Gelora Cake, yaitu sebanyak 67 orang (67%), sedangkan responden laki-laki sebanyak 33 orang (33%). Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih berperan dalam pengambilan keputusan pembelian produk kue untuk kebutuhan rumah tangga maupun acara keluarga.

Frekuensi Pembelian

Tabel 5. *Frekuensi Pembelian Kue Bolu dalam Sebulan*

Frekuensi Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1 – 2 kali	69	69
3 – 4 kali	27	27
5 – 6 kali	4	4
Total	100	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 5, sebagian besar responden melakukan pembelian sebanyak 1–2 kali dalam sebulan, yaitu 69 orang (69%), diikuti 3–4 kali sebanyak 27 orang (27%) dan 5–6 kali sebanyak 4 orang (4%). Hal ini menunjukkan bahwa produk kue bolu Gelora Cake umumnya dibeli sebagai konsumsi berkala, namun terdapat kelompok konsumen loyal yang melakukan pembelian dengan frekuensi lebih tinggi.

Proses Pengadaan Bahan Baku dan Bahan Pendukung

Sumber perolehan bahan baku berasal dari dua tempat, yaitu distributor langganan sebagai pemasok utama dan pasar tradisional sebagai pemasok alternatif apabila terdapat bahan yang tidak tersedia atau dibutuhkan secara mendadak. Pemilik usaha lebih mengutamakan pembelian kepada distributor karena telah terjalin hubungan kerja sama yang baik, sehingga ketersediaan bahan baku lebih terjamin dan harga relatif stabil. Proses pembelian diawali dengan pemeriksaan persediaan bahan baku yang masih tersedia di tempat penyimpanan. Setelah kebutuhan diketahui, pemilik usaha melakukan pemesanan sesuai jumlah yang dibutuhkan. Pembelian bahan baku dilakukan secara rutin satu kali dalam seminggu, namun apabila permintaan konsumen meningkat atau persediaan habis sebelum jadwal pembelian berikutnya, dilakukan pembelian tambahan agar proses produksi tidak terganggu.

Bahan yang digunakan dalam proses produksi terdiri atas tiga kelompok. Bahan baku utama meliputi tepung terigu, telur, mentega, susu bubuk, baking powder dan gula pasir. Bahan pendukung terdiri atas vanili, garam, cokelat, keju, meses, pewarna makanan, kismis dan minyak yang berfungsi meningkatkan cita rasa, aroma serta tampilan produk. Sementara itu, bahan pengemasan berupa kotak kardus, mika plastik dan plastik pembungkus digunakan untuk melindungi produk serta menjaga kebersihan dan kualitasnya. Pengendalian kualitas bahan baku dilakukan dengan memeriksa kondisi fisik dan tanggal kedaluwarsa bahan sebelum digunakan, dan bahan yang tidak memenuhi standar tidak digunakan dalam proses produksi. Penyimpanan bahan baku disesuaikan dengan karakteristik masing-masing bahan, di mana bahan kering disimpan di tempat yang bersih, kering dan terhindar dari kelembapan, sedangkan bahan yang mudah rusak disimpan sesuai kebutuhan agar kualitasnya tetap terjaga.

Kendala yang dihadapi dalam pengadaan bahan baku berupa fluktuasi harga dan keterbatasan stok dari distributor, terutama ketika permintaan meningkat. Untuk mengatasi kondisi tersebut, pemilik usaha mencari pemasok alternatif atau membeli bahan baku di pasar tradisional meskipun dengan harga yang terkadang lebih tinggi. Menurut pemilik usaha, penggunaan bahan baku yang berkualitas sangat menentukan mutu kue bolu yang dihasilkan, baik dari segi rasa, tekstur, aroma maupun tampilan, sehingga konsistensi mutu bahan baku menjadi kunci dalam menjaga kepuasan konsumen.

Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang mencakup keseluruhan atribut produk sehingga memiliki nilai lebih dibandingkan produk pesaing (Syah & Pratama, 2020). Dalam penelitian ini, kualitas produk diukur melalui empat sub variabel, yaitu cita rasa, tampilan, tekstur dan konsistensi produk. Hasil distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap kualitas produk disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Nilai Kualitas Produk (X_1) pada UMKM Gelora Cake di Kota Makassar

Sub Variabel	Indikator	Skor					Nilai	Kategori
		1	2	3	4	5		
X1.1 (Cita Rasa)	X1.1.1	0	0	4	36	60	456	Sangat Suka
	X1.1.2	0	0	4	47	49	445	Sangat Suka
	X1.1.3	0	0	10	55	35	425	Sangat Suka
X1.2 (Tampilan)	X1.2.1	0	0	11	47	42	431	Sangat Suka
	X1.2.2	0	0	8	44	48	440	Sangat Suka
	X1.2.3	0	0	6	39	55	449	Sangat Suka
X1.3 (Tekstur)	X1.3.1	0	0	3	44	53	450	Sangat Suka
	X1.3.2	0	0	1	40	59	458	Sangat Suka
	X1.3.3	0	0	12	49	39	427	Sangat Suka
X1.4 (Konsistensi Produk)	X1.4.1	0	0	4	42	54	450	Sangat Suka
	X1.4.2	0	0	19	50	31	412	Suka
	X1.4.3	0	0	12	39	49	437	Sangat Suka
Rata-rata							440	Sangat Suka

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 6, tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk menunjukkan penilaian yang sangat baik. Pada sub variabel cita rasa, indikator cita rasa produk memperoleh skor tertinggi sebesar 456, diikuti kesesuaian rasa dengan selera konsumen sebesar 445 dan konsistensi rasa pada setiap pembelian sebesar 425, seluruhnya termasuk kategori Sangat Suka. Pada sub variabel tampilan, indikator tampilan produk memperoleh skor 431, warna dan bentuk produk yang menarik 440 serta kemasan produk yang rapi dan bersih 449.

Pada sub variabel tekstur, indikator kesesuaian tekstur dengan jenis kue memperoleh skor 450 dan kelembutan tekstur memperoleh skor tertinggi dalam variabel ini, yaitu 458, sedangkan indikator tekstur yang tidak terlalu keras atau terlalu lembek memperoleh skor 427. Selanjutnya, pada sub variabel konsistensi produk, indikator konsistensi kualitas pada setiap pembelian memperoleh skor 450, keseragaman standar produk memperoleh skor terendah sebesar 412 dengan kategori Suka, dan kualitas produk yang tidak berubah-ubah memperoleh skor 437.

Nilai rata-rata variabel kualitas produk sebesar 440 yang termasuk kategori Sangat Suka menunjukkan bahwa kualitas produk UMKM Gelora Cake secara keseluruhan dinilai sangat baik oleh konsumen. Cita rasa, tampilan, tekstur dan konsistensi produk telah mampu memenuhi harapan konsumen sehingga menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki usaha tersebut. Meskipun demikian, aspek keseragaman standar produk masih perlu ditingkatkan karena memperoleh nilai terendah dibandingkan indikator lainnya.

Kualitas Pelayanan (X₂)

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu usaha dalam memberikan pelayanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara konsisten sesuai prosedur yang ditetapkan (Safika dkk., 2025). Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangible (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan) dan empathy (empati). Hasil distribusi frekuensi tanggapan responden disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Nilai Kualitas Pelayanan (X₂) pada UMKM Gelora Cake di Kota Makassar

Sub Variabel	Indikator	Skor					Nilai	Kategori
		1	2	3	4	5		
X2.1 (Tangible)	X2.1.1	0	0	20	46	34	414	Suka
	X2.1.2	0	1	7	50	42	433	Sangat Suka
	X2.1.3	0	0	5	44	51	446	Sangat Suka
X2.2 (Reliability)	X2.2.1	0	0	5	47	48	443	Sangat Suka
	X2.2.2	0	0	14	52	34	420	Sangat Suka
	X2.2.3	0	0	12	59	29	417	Suka
X2.3 (Responsiveness)	X2.3.1	0	0	7	54	39	432	Sangat Suka
	X2.3.2	0	1	7	50	42	433	Sangat Suka
X2.4 (Assurance)	X2.4.1	0	0	7	58	35	428	Sangat Suka
	X2.4.2	0	0	8	63	29	421	Sangat Suka
	X2.4.3	0	0	12	51	37	425	Sangat Suka
X2.5 (Empathy)	X2.5.1	0	0	5	66	29	424	Sangat Suka
	X2.5.2	0	0	4	60	36	432	Sangat Suka
	X2.5.3	0	1	14	54	31	415	Suka
Rata-rata							427	Sangat Suka

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 7, pada dimensi tangible indikator kondisi fasilitas dan lingkungan usaha memperoleh skor 414 dengan kategori Suka, kebersihan dan kerapian tempat usaha memperoleh skor 433 dan penampilan karyawan memperoleh skor tertinggi sebesar 446, keduanya dengan kategori Sangat Suka. Pada dimensi reliability, kemampuan memberikan pelayanan sesuai janji memperoleh skor 443, ketepatan dalam melayani konsumen 420 dan konsistensi pelayanan 417 dengan kategori Suka.

Pada dimensi responsiveness, kesediaan karyawan membantu konsumen memperoleh skor 432 dan kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan memperoleh skor 433, keduanya termasuk kategori Sangat Suka. Pada dimensi assurance, kemampuan karyawan memberikan rasa aman memperoleh skor 428, kesopanan karyawan 421 dan pengetahuan karyawan dalam memberikan pelayanan 425. Selanjutnya pada dimensi empathy, perhatian karyawan terhadap konsumen memperoleh skor 424, kemudahan berkomunikasi dengan karyawan 432, sedangkan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen memperoleh skor terendah sebesar 415 dengan kategori Suka.

Nilai rata-rata variabel kualitas pelayanan sebesar 427 yang termasuk kategori Sangat Suka menunjukkan bahwa pelayanan UMKM Gelora Cake secara keseluruhan dinilai sangat baik dan mampu memenuhi harapan konsumen. Indikator yang masih perlu ditingkatkan adalah kondisi fasilitas dan lingkungan usaha serta pemahaman karyawan terhadap kebutuhan individual konsumen, karena keduanya memperoleh nilai terendah pada variabel ini.

Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen merupakan unsur utama dalam mempertahankan konsumen yang telah ada sekaligus menarik konsumen baru (Sitompul & Gultom, 2025). Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur melalui tiga indikator, yaitu kualitas produk yang dihasilkan, kualitas pelayanan yang diberikan dan harga produk. Hasil distribusi frekuensi tanggapan responden disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Nilai Kepuasan Konsumen (Y) pada UMKM Gelora Cake di Kota Makassar

Sub Variabel	Indikator	Skor				Nilai	Kategori	
		1	2	3	4	5		
Y1.1 (Kualitas Produk yang Dihasilkan)	Y1.1.1	0	0	5	45	50	445	Sangat Suka
	Y1.1.2	0	0	9	47	44	435	Sangat Suka
	Y1.1.3	0	1	27	50	22	393	Suka
Y1.2 (Kualitas Pelayanan yang Diberikan)	Y1.2.1	0	0	3	55	42	439	Sangat Suka
	Y1.2.2	0	0	4	56	40	436	Sangat Suka
	Y1.2.3	0	0	4	54	42	438	Sangat Suka
Y1.3 (Harga Produk)	Y1.3.1	0	0	8	50	42	434	Sangat Suka
	Y1.3.2	0	0	8	61	31	423	Sangat Suka
	Y1.3.3	0	0	15	54	31	416	Suka
Rata-rata						429	Sangat Suka	

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 8, indikator kualitas produk yang dihasilkan memperoleh skor 445, 435 dan 393, yang menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap produk yang dihasilkan UMKM Gelora Cake meskipun terdapat satu indikator yang masih berada pada kategori Suka. Indikator kualitas pelayanan yang diberikan memperoleh skor 439, 436 dan 438 yang seluruhnya termasuk kategori Sangat Suka, sehingga pelayanan yang diberikan telah mampu memenuhi harapan konsumen.

Indikator harga produk memperoleh skor 434, 423 dan 416. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menilai harga produk yang ditawarkan telah sesuai dengan kualitas yang diterima, meskipun masih terdapat sebagian konsumen yang menilai aspek harga perlu dievaluasi. Nilai rata-rata variabel kepuasan konsumen sebesar 429 dengan kategori Sangat Suka menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap UMKM Gelora Cake berada pada tingkat yang sangat baik dan didukung oleh kualitas produk, kualitas pelayanan serta harga yang dinilai sesuai dengan manfaat yang diterima.

Rekapitulasi Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Rekapitulasi hasil penilaian responden terhadap ketiga variabel penelitian disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Rekapitulasi Nilai Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

No	Variabel	Rata-rata Skor	Kategori
1	Kualitas Produk (X_1)	440	Sangat Suka
2	Kualitas Pelayanan (X_2)	427	Sangat Suka
3	Kepuasan Konsumen (Y)	429	Sangat Suka

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 9, kualitas produk memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 440, diikuti kepuasan konsumen sebesar 429 dan kualitas pelayanan sebesar 427. Ketiga variabel berada pada kategori Sangat Suka, yang menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian sangat baik terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan serta merasa sangat puas terhadap UMKM Gelora Cake. Hasil ini mengindikasikan bahwa produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,195 ($n = 100$; $\alpha = 0,05$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sedangkan suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

No	Variabel	Jumlah Item	Hasil Uji Validitas	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
1	Kualitas Produk (X_1)	12	Seluruh item valid	0,832	$> 0,70$	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X_2)	14	Seluruh item valid	0,843	$> 0,70$	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen (Y)	9	Seluruh item valid	0,784	$> 0,70$	Reliabel

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 10, seluruh butir pernyataan pada variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,195 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel sebesar 0,832; 0,843 dan 0,784 yang seluruhnya lebih besar dari 0,70, sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik dan layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji-t (Parsial)

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis beserta uji-t disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji-t (Parsial)

No	Variabel	Koefisien Regresi (B)	t hitung	Sig.	Keterangan
1	Konstanta	3,600	1,325	0,188	-
2	Kualitas Produk (X_1)	0,291	4,676	0,000**	Sangat signifikan
3	Kualitas Pelayanan (X_2)	0,328	6,009	0,000**	Sangat signifikan

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2026.

Keterangan: ** = signifikan pada taraf 1%.

Berdasarkan Tabel 11 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,600 + 0,291X_1 + 0,328X_2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 3,600 menunjukkan bahwa apabila kualitas produk dan kualitas pelayanan dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai kepuasan konsumen sebesar 3,600. Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,291 bernilai positif, yang berarti setiap peningkatan kualitas produk sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,291 satuan dengan asumsi kualitas pelayanan tetap. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,328 juga bernilai positif, yang berarti setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,328 satuan dengan asumsi kualitas produk tetap.

Hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 4,676 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis pertama diterima, yaitu kualitas produk berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen UMKM Gelora Cake di Kota Makassar. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 6,009 dengan nilai signifikansi 0,000 sehingga hipotesis kedua juga diterima, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian Syah dan Pratama (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan nilai koefisien regresi dan nilai t hitung, kualitas pelayanan (0,328; t = 6,009) memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan konsumen dibandingkan kualitas produk (0,291; t = 4,676). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen menilai kualitas produk Gelora Cake sangat baik, peningkatan pada aspek pelayanan akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap peningkatan kepuasan konsumen.

Uji-F (Simultan) dan Koefisien Determinasi

Uji-F dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen, sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan kedua variabel bebas dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen. Hasilnya disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji-F (Simultan) dan Koefisien Determinasi (R^2)

No	Uraian	Nilai
1	F hitung	83,714
2	Sig.	0,000**
3	R	0,796
4	R Square (R^2)	0,633
5	Adjusted R Square	0,626
6	Std. Error of the Estimate	2,047

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2026.

Keterangan: ** = signifikan pada taraf 1%.

Berdasarkan Tabel 12, diperoleh nilai F hitung sebesar 83,714 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis ketiga diterima, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen UMKM Gelora Cake di Kota Makassar. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan merupakan hasil kombinasi antara kualitas produk yang baik dan kualitas pelayanan yang memuaskan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Syah dan Pratama (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai R Square sebesar 0,633 menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar 63,3%, sedangkan sisanya sebesar 36,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian, seperti lokasi usaha, promosi, citra merek, kualitas kemasan maupun suasana toko. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,626

menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel bebas dan jumlah sampel, model regresi masih mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar 62,6%, sehingga model yang digunakan tergolong baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, proses pengadaan bahan baku dan bahan pendukung pada UMKM Gelora Cake telah dilakukan secara terencana dengan melibatkan pemasok utama dan pemasok alternatif untuk menjaga kelancaran produksi. Fluktuasi harga dan keterbatasan stok diantisipasi melalui diversifikasi pemasok. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen berada pada kategori sangat suka. Hasil regresi menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan, dengan kontribusi sebesar 63,3%. Kualitas pelayanan menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan perlu menjadi prioritas UMKM Gelora Cake, dengan tetap mempertahankan kualitas produk.

UMKM Gelora Cake disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya dalam aspek kecepatan, ketepatan, keramahan, dan respons terhadap kebutuhan konsumen karena terbukti menjadi faktor yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, kualitas produk perlu dipertahankan melalui pengendalian mutu bahan baku dan proses produksi. Pengadaan bahan juga perlu diperkuat melalui diversifikasi pemasok dan perencanaan persediaan untuk mengantisipasi fluktuasi harga serta keterbatasan stok.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyani, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dapuruma Di Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang Selatan. *scientific journal of reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 694–701. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.523>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juswadi. (2021). Pengaruh Produksi Sektor Pertanian terhadap Produksi Subsektor Agroindustri. *Jurnal Agriwiralodra*, 13(2), 45–56.
- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY. *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 4, 204–211.
- Mardhiyah, & al., et. (2025). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi*, 1–10.
- Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., & Untari, R. S. (2023). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7>
- Nurbaiti, Y., & Napitupulu, R. H. M. (2020). Pengadministrasian Job Description Karyawan Menggunakan Aplikasi HCIS (Human Capital Information System) Di PERUM PERUMNAS. *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*, 5(1), 73–85.
- Rasmikayati, E., Shafira, N. A., Fauziah, Y. D., Nur Ishmah, H. A., Saefudin, B. R., & Utami, K. (2020). Keterkaitan antara Karakteristik Konsumen dengan Tingkat Kepuasan Mereka dalam Melakukan Pembelian Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Medan. *Agricore: Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 5(1), 104–114. <https://doi.org/10.24198/agricore.v5i1.28853>

- Rosyida, & Priantilianingtiasari. (2023). Penggunaan Rumus Lemeshow dalam Penentuan Jumlah Sampel Penelitian. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 1–10.
- Safika, N. R., Pramularso, E. Y., & Hardani. (2026). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual di PT Wisata Rezeki Mulia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 3(3). <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v3i3.1284>
- Sitompul, M. R. I., & Gultom, I. A. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Mie Gacoan di Bandar Lampung. *eCo-Buss: Economics and Business*, 7(3), 1913–1924. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2147>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Syah, A., & Pratama, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Holland Bakery Pamulang). *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 4(3), 11–19.
- Weenty, I., Patricia, R., & Wowor, W. (2024). Rekayasa Menu: Penerapannya Pada Produk Kue. *Jurnal Sains dan Teknologi*.
- Wisamsur, C. A., Trang, I., & Ogi, I. (2024). Pengaruh Kondisi Kerja dan Perubahan Organisasi Terhadap Perilaku Kerja Karyawan di PT. Pos Indonesia KCU Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(1), 1096–1105.
- Zaki, A. N., Fauzi, A., Wahab, D., Novitasari, E., Armada, F., Anjelika, D., & Darmansyah, F. (2023). Pengaruh Biaya Kualitas dan Kualitas Produk terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Administrasi dan Manajemen (JAMAN)*, 3(3), 137–146.