

Pengaruh Diferensiasi Produk Dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Usaha Kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang Di Badung

Ni Nyoman Ayu Sutiari ⁽¹⁾

A.A. Ngurah Gede Sadiartha⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
e-mail: ayusutiari10@gmail.com

ABSTRACT

Customer satisfaction is the key to the success of a business where customer satisfaction will occur if product differentiation and service quality are provided in accordance with customer expectations. This study aims to determine the effect of product differentiation and service quality on customer satisfaction at the culinary business of Warung Bu Angga (WBA) Sepang in Badung. The respondents who were taken were 96 customers of Warung Bu Angga (WBA) Sepang in Badung. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis. Based on the analysis results show that: 1) product differentiation has a positive and significant effect on customer satisfaction at the culinary business of Warung Bu Angga (WBA) Sepang in Badung; 2) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at the culinary business of Warung Bu Angga (WBA) Sepang in Badung; 3) product differentiation and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction at the culinary business of Warung Bu Angga (WBA) Sepang in Badung. Suggestions that can be given are, Warung Bu Angga (WBA) Sepang in Badung is expected to pay more attention to the appearance of the menu served, increase the number of employees, routinely monitor and train employees in processing food and beverages and always use fresh and natural ingredients to prepare food and drink. can improve the quality of the taste of the product.

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

ABSTRAK

Customer satisfaction merupakan kunci kesuksesan suatu usaha dimana customer satisfaction akan terjadi apabila diferensiasi produk dan service quality yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk dan service quality terhadap customer satisfaction pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung. Responden yang diambil sejumlah 96 orang pelanggan Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung; 2) service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung; 3) diferensiasi produk dan service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung. Saran yang dapat diberikan yaitu, Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung diharapkan lebih memperhatikan tampilan menu yang disajikan, menambah jumlah karyawan, rutin melakukan pemantauan dan pelatihan kepada karyawan dalam mengolah makanan dan minuman serta selalu menggunakan bahan-bahan yang segar dan alami untuk dapat meningkatkan kualitas rasa produknya.

Kata kunci: *Customer Satisfaction; Diferensiasi Produk; Service Quality.*

Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis pada era globalisasi saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat khususnya di Indonesia ditandai dengan berkembang pesatnya bisnis warung makan yang menawarkan berbagai macam menu yang bervariasi dan unik. Hal tersebut didukung dengan fenomena gaya hidup masyarakat Indonesia yang serba praktis dengan keterbatasan waktu yang dimiliki serta perilaku pelanggan yang mudah berubah-ubah juga turut mendorong pelanggan untuk lebih memilih membeli makanan di luar dibandingkan dengan membuat sendiri.

Muslichati (2015) menyatakan bahwa, *customer satisfaction* merupakan tolak ukur kesuksesan suatu bisnis selain *customer satisfaction* dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan karena *customer satisfaction* erat kaitannya dengan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap produk atau jasa yang didapatkannya. Kotler (2016) mengartikan, *customer satisfaction* sebagai suatu kondisi dimana produk/jasa yang diterima pelanggan mampu memenuhi harapan pelanggan sebelumnya sehingga timbul rasa senang dan puas dibenak pelanggan.

Dalam hal bisnis kuliner, *customer satisfaction* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu diferensiasi produk. Diferensiasi produk merupakan salah satu strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan dengan tujuan membedakan produknya dengan produk yang telah beredar di pasaran (Kotler, 2012). Hubungan antara diferensiasi produk dengan *customer satisfaction* adalah diferensiasi produk dapat memberikan perbedaan pada sebuah produk maupun memberikan keunikan yang menjadi ciri khas produk tersebut sehingga dapat menarik perhatian pelanggan ataupun mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Selain strategi diferensiasi produk, *service quality* merupakan strategi pemasaran yang juga berperan penting dalam menciptakan *customer satisfaction*. Tjiptono (2015) mendefinisikan, *service quality* sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap harapan pelanggan sebelumnya dengan kinerja penyedia jasa yang diukur melalui tingkat kemampuan penyedia layanan jasa dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hubungan antara *service quality* dengan *customer satisfaction* yaitu *service* dapat digambarkan melalui semakin tingginya kepuasan pelanggan artinya pelayanan yang diberikan suatu perusahaan sudah tepat dan sesuai dengan harapan pelanggan.

Salah satu warung makan khususnya di Bali yang menawarkan beragam menu sehat dengan inspirasi dari masakan khas Bali yang diolah dengan bahan-bahan lokal yang segar adalah Warung Bu Angga (WBA) Sepang. Strategi diferensiasi produk yang diterapkan oleh Warung Bu

Angga (WBA) Sepang adalah, seperti: tipat/ketupat yang awalnya dibuat tipat cantok dan tipat plecing kangkung kini telah diversifikasi menjadi tipat kuah sayur, tipat kuah cekeer, tipat plecing kangkung telur dan rujak yang awalnya dibuat rujak kuah pindang dan rujak colek gula bali kini telah diversifikasi menjadi rujak serut dan rujak cuka.

Selain itu, produk yang dijual oleh Warung Bu Angga (WBA) Sepang kini tidak hanya makanan dan minuman Indonesia khas Bali saja tetapi sudah berkembang dengan menjual makanan dan minuman Indonesia/Nusantara lainnya yang beragam, seperti: nasi goreng, capcay, ayam/ikan bakar, mujair nyat-nyat, kentang goreng, *spring roll*, sup kepala ikan, dan aneka jus buah. Konsep ini sangat cocok digunakan untuk menarik minat pelanggan sekaligus dapat mengantisipasi titik jenuh pelanggan akan suatu produk. Namun, dengan banyaknya usaha kuliner yang juga menjual produk sejenis membuat persaingan semakin ketat yang diduga menjadi faktor berfluktuasinya penjualan di Warung Bu Angga (WBA) Sepang pada tahun 2019 dimana tiap bulannya penjualan tidak selalu meningkat yang dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Data Penjualan Warung Bu Angga (WBA) Sepang Tahun 2019

Bulan	Omset Penjualan Perbulan (Rp)	Kenaikan / Penurunan Penjualan	Presentase (%)
Januari	Rp 52.454.500		
Februari	Rp 52.824.000	Rp 369.500	0.7
Maret	Rp 48.632.000	-Rp 4.192.000	-7.9
April	Rp 49.725.000	Rp 1.093.000	2.2
Mei	Rp 50.210.500	Rp 485.500	0.9
Juni	Rp 49.115.000	-Rp 1.095.500	-2.2
Juli	Rp 50.578.000	Rp 1.463.000	3.0
Agustus	Rp 51.132.000	Rp 554.000	1.1
September	Rp 48.854.500	-Rp 2.277.500	-4.5
Oktober	Rp 50.576.000	Rp 1.721.500	3.5
November	Rp 51.245.000	Rp 669.000	1.3
Desember	Rp 51.492.500	Rp 247.500	0.5

Sumber: Warung Bu Angga (WBA) Sepang, 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa, data penjualan Warung Bu Angga (WBA) Sepang pada tahun 2019 mengalami fluktuasi, dimana tiap bulannya penjualan tidak selalu meningkat dan terjadi penurunan penjualan pada bulan Maret sebesar -Rp 4.192.000, Juni sebesar -Rp 1.095.500 dan September sebesar -Rp 2.277.500. Sementara berdasarkan ulasan *google*, terdapat keluhan terkait *service quality* yang belum maksimal dari pelanggan Warung Bu Angga (WBA) Sepang, diantaranya: 1) keluhan mengenai karyawan yang kurang ramah seperti tidak tersenyum saat melayani pelanggan; 2) pelanggan mengeluhkan beberapa jenis makanan dan minuman di Warung Bu Angga (WBA) Sepang yang sering kali tidak tersedia; 3) kurang telitnya karyawan pada Warung Bu Angga (WBA) Sepang dalam penyajian makanan seperti halnya terdapat semut ataupun rambut pada makanan pelanggan dan lain sebagainya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, rumusan masalah dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Diferensiasi Produk dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung. Selanjutnya landasan teori terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

Abbasi dan Alvi (2013) mendefinisikan, *customer satisfaction* sebagai respon dari pelanggan terhadap penilaian antara ekspektasi dengan apa yang diterima sesungguhnya. Sari dan Setiyowati (2017) menyebutkan, terdapat beberapa pengukuran *customer satisfaction* yaitu: 1) *Re-purchase*, dalam hal ini pelanggan diindikasikan merasa puas sehingga timbul rasa loyalitas terhadap suatu produk atau jasa; 2) Menciptakan *Word of Mouth*, rasa puas yang didapatkan pelanggan akan memunculkan sikap ataupun perilaku dengan suka rela pelanggan akan mengatakan hal-hal positif kepada orang lain tentang produk yang diminatinya; 3) Menciptakan Citra Merek (*Brand Image*), dengan terciptanya citra merek yang mudah diingat oleh pelanggan akan memberikan nilai lebih terhadap produk tersebut; 4) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama, jika kepuasan pelanggan sudah tercapai maka pelanggan lebih cenderung akan melakukan pembelian ulang pada penyedia produk atau jasa yang sama.

Sahetapy (2013) mendefinisikan, diferensiasi produk sebagai upaya pelaku bisnis dalam menerapkan strategi pemasaran dengan cara mengembangkan dan mengkreasikan sebuah produk dengan tujuan membuat perbedaan yang akhirnya menjadi karakteristik produk tersebut sehingga dapat menarik perhatian pelanggan. Tawas *et al.*, (2014) menyebutkan bahwa, terdapat 6 (enam) pengukuran diferensiasi produk yaitu: 1) Harga; 2) Rasa; 3) Bentuk; 4) Jumlah; 5) Keandalan; 6) Sesuai Keinginan.

Lupiyoadi (2016) mendefinisikan, *service quality* sebagai respon yang diberikan pelanggan terhadap tingkat kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan yang handal, cepat serta lengkap kepada pelanggan secara prima. Menurut Sari dan Setiyowati (2017), terdapat 5 (lima) pengukuran *service quality* yaitu: 1) Bukti Langsung (*tangibles*); 2) Keandalan (*reliability*); 3) Daya Tanggap (*responsiveness*); 4) Jaminan (*assurance*); 5) Empati (*empathy*).

Pada penelitian ini terdapat 3 (tiga) jawaban sementara peneliti terhadap permasalahan yang sifatnya masih parduga atau yang biasa disebut hipotesis yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap *Customer Satisfaction*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zuhdi dan Irawanti (2020); Dejawata (2014); Astuti *et al.*, (2019); Surianti (2019) menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh yang positif dan

signifikan antara variabel diferensiasi produk dengan kepuasan pelanggan. Dengan arti lain, suatu perusahaan menerapkan strategi diferensiasi produk dengan tujuan untuk menawarkan berbagai macam pilihan alternatif bagi pelanggan dalam memuaskan keinginannya akan suatu produk sehingga dapat mempengaruhi serta meningkatkan *customer satisfaction*. Dari pemaparan tersebut, dapat dirumuskan hipotesis pertama adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga Diferensiasi Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung.

2. Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction*

Penelitian yang dilakukan Mulyapradana *et al.*, (2020); Suriyanto (2017); Kolonio dan Soepono (2019); Apriyani dan Sunarti (2017); Lubis dan Andayani (2018) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin berkualitas pelayanan yang dimiliki dengan performa karyawan seperti halnya karyawan memiliki ketanggapan yang cepat dalam melayani pelanggan dan mampu memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan sebagai tolak ukur, maka akan berdampak terhadap *customer satisfaction* sehingga *customer satisfaction* akan meningkat juga. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis kedua yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H2 : Diduga *Service quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung.

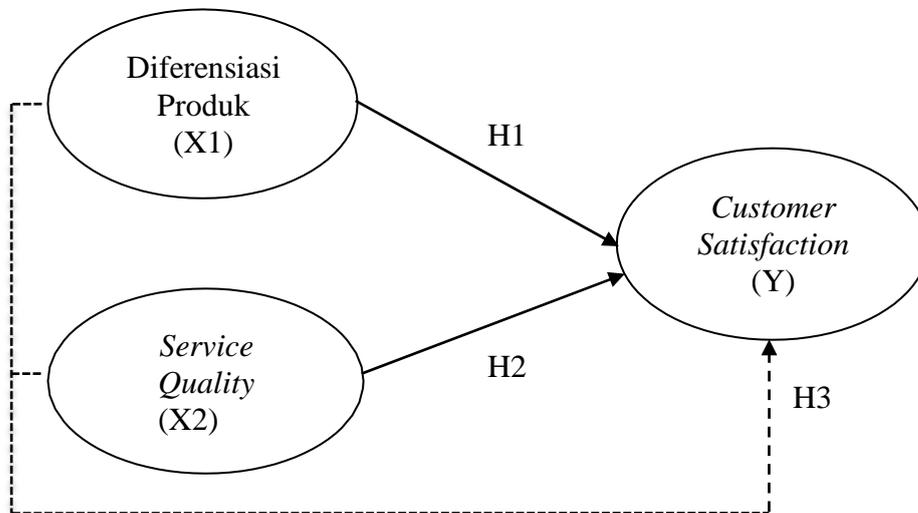
3. Pengaruh Diferensiasi Produk dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction*

Adanya keterkaitan antara diferensiasi produk dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Zuhdi dan Irawanti (2020); Tawas *et al.*, (2014) dimana hasil dalam penelitiannya menyatakan bahwa, diferensiasi produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan arti lain bahwa, dengan adanya diferensiasi produk disertai *service quality* yang baik maka akan mampu meningkatkan *customer satisfaction*. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis ketiga yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H3 : Diduga Diferensiasi Produk dan *Service Quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung.

Metode Penelitian

Kerangka berpikir pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Hasil pemikiran peneliti, 2020

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian Asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada Warung Bu Angga (WBA) Sepang yang berlokasi di Jl. Babadan Pantai Lima, Munggu, Kec. Mengwi, Kabupaten Badung, Bali 80351. Obyek dalam penelitian ini adalah diferensiasi produk, *service quality* dan *customer satisfaction*. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui pasti sehingga dalam menetapkan besarnya jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan rumus *Cochran* (Sarwono, 2015). Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus *Cochran*, ditemukan jumlah sampel sebanyak 96 responden, yang diambil dari pelanggan Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung. Selanjutnya baik data kualitatif maupun kuantitatif yang berasal dari data primer maupun sekunder yang dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data dengan cara melakukan observasi ataupun wawancara, menyebarkan kuesioner dan pencarian data atau informasi melalui dokumen-dokumen. Instrumen yang telah didapatkan selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisa regresi linear berganda.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisa data pada penelitian dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dimana sebelum sampai pada tahap analisis regresi linear berganda, instrumen penelitian perlu dilakukan uji validasi dan reliabilitas dan selanjutnya di lakukan proses uji asumsi klasik sebagai syarat terlaksananya analisis regresi linear berganda. Dari hasil pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas diperoleh hasil variabel diferensiasi produk, *service quality* dan

customer satisfaction yang secara keseluruhan dapat dinyatakan valid dan reliabel karena memiliki angka *Pearson Correlation* yang > 0.300 serta angka *Alpha Cronbach's* yang > 0.600 . Selanjutnya pada uji asumsi klasik instrumen penelitian dapat dinyatakan berdistribusi normal dan terbebas dari gejala multikolinearitas serta heterokedastisitas sehingga data telah memenuhi syarat terlaksananya analisis regresi linear berganda.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-2.348	1.766		-1.329	.187
1	Diferensiasi_Produk	.178	.084		2.107	.038
	Service_Quality	.244	.034		7.201	.000

Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 22

Model persamaan regresi yang dapat dirumuskan berdasarkan tabel 2 diatas dalam bentuk persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

$$Y = -2.348 + 0,178X_1 + 0,244X_2 + \varepsilon$$

Berdasarkan Tabel 2 hasil regresi berganda diatas memberikan gambaran bahwa: 1) Nilai α sebesar -2.348 menjelaskan, apabila diferensiasi produk dan *service quality* bernilai 0 (konstan), maka *customer satisfaction* akan menurun sejumlah -2,348; 2) Koefisien regresi variabel diferensiasi produk (X_1) yakni 0,178 menjelaskan bahwa, pengaruh variabel diferensiasi produk terhadap *customer satisfaction* adalah positif; 3) Koefisien regresi variabel *service quality* (X_2) yakni 0,244 mengindikasikan, pengaruh variabel *service quality* terhadap *customer satisfaction* adalah positif.

Tabel 3. Hasil Pengujian Uji-t

Model	T	Sig.
(Constant)	1.817	.072
1 Diferensiasi_Produk	2.107	.038
Service_Quality	7.201	.000

Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 22

1. Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap *Customer Satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung

Upaya yang dilakukan Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung untuk meningkatkan *customer satisfaction* adalah dengan cara menerapkan dan mempraktekkan strategi pemasaran yaitu diferensiasi produk dengan cara memversifikasikan menu makanan dan minuman serta menawarkan berbagai macam pilihan menu dengan tujuan menyajikan sesuatu yang berbeda dari

menu-menu yang ditawarkan oleh pesaingnya sehingga kepuasan pelanggan Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung dapat tercapai secara maksimal.

Hal tersebut didukung dengan didapatkan yaitu nilai sig. sebesar $0,038 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $2,107 > t$ -tabel sebesar 1,985 dari hasil pengujian hipotesis menggunakan uji-t. Sehingga dapat dinyatakan bahwa, diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung. Hasil penelitian pada penelitian ini mendukung serta memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dejawata, (2014); Surlanti (2019) yang juga menyatakan bahwa, pengaruh diferensiasi produk terhadap *customer satisfaction* adalah positif dan signifikan.

2. Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung

Bagi Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung, untuk dapat meningkatkan *customer satisfaction* salah satu strategi penting yang harus diterapkan adalah dengan memberikan pelayanan *extra* dan prima kepada pelanggan agar ekspektasi pelanggan dengan keadaan yang sebenarnya tidak timpang sehingga pelanggan tidak merasa kecewa.

Hal tersebut didukung dengan didapatkan yaitu nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $7,201 > t$ -tabel sebesar 1,985. Berdasarkan nilai tersebut dapat dinyatakan bahwa, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung dari hasil pengujian hipotesis menggunakan uji-t. Hasil penelitian pada penelitian ini mendukung serta memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sulistyawati dan Seminari, (2015); Roselina dan Niati (2019) yang juga menyatakan bahwa, pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* adalah positif dan signifikan.

Tabel 4. Hasil Pengujian Uji-F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267.541	2	133.771	67.096	.000b
	Residual	185.417	93	1.994		
	Total	452.958	95			

Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 22

1. Pengaruh Diferensiasi Produk dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung

Bedasarkan pernyataan 96 responden yang pernah melakukan pembelian pada Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung merupakan tolak ukur yang menjadi penilaian mengenai *customer satisfaction* dari diferensiasi produk dan *service quality* yang diberikan oleh Warung Bu Angga Sepang di Badung dimana produk yang ditawarkan semakin bervariasi disertai *service*

quality yang tepat, maka tingkat *customer satisfaction* akan semakin tinggi begitu juga sebaliknya.

Hal tersebut dibuktikan melalui hasil pengujian uji-F dimana dapat diketahui bahwa, diferensiasi produk dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji-F dimana didapatkannya nilai F-hitung = 67,096 > nilai F-tabel = 3,09 dan nilai signifikansi = 0.000 < nilai $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa, diferensiasi produk (X1) dan *service quality* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung. Hasil penelitian pada penelitian ini mendukung serta memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zuhdi dan Irawanti (2020) yang juga menyatakan bahwa, pengaruh diferensiasi produk dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* adalah positif dan signifikan.

Simpulan

Simpulan yang dapat ditarik dalam penelitian sebagai berikut: 1) Diferensiasi Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung; 2) *Service Quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung; 3) Diferensiasi Produk dan *Service Quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada usaha kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Badung.

Adapun saran yang dapat peneliti berikan yaitu: 1) diharapkan pihak Warung Bu Angga (WBA) Sepang dalam meningkatkan diferensiasi produk terutama dalam tampilan makanan dan minuman dapat menambahkan *garnish* (hiasan makanan dan minuman), penataan hidangan yang lebih diatur mulai dari porsi nasi, lauk dan lain sebagainya; 2) diharapkan pihak Warung Bu Angga (WBA) Sepang dalam meningkatkan *service quality* adalah dengan cara menambah jumlah karyawannya dengan tujuan agar mudah memperhatikan pelanggan yang sedang membeli sehingga lebih cepat dalam mengolah hidangan, cepat tanggap dalam mempersilahkan pelanggan yang baru datang untuk memilih tempat duduk serta cekatan ketika pelanggan memerlukan bantuan dalam hal pemesanan; 3) diharapkan pihak Warung Bu Angga (WBA) Sepang dalam meningkatkan *customer satisfaction* secara rutin melakukan pemantauan dan pelatihan kepada karyawan dalam mengolah menu makanan dan minuman agar sesuai dengan resep awal serta selalu menggunakan bahan-bahan yang segar dan alami untuk dapat menjaga maupun meningkatkan kualitas rasa produknya.

Daftar Pustaka

- Abbasi, A. (2013). Impact of employee characteristics and their performance on customer satisfaction. *Science International*, 25(2), 387–394.
- Apriyani, D. A., dan Sunarti. (2017). Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(2), 1–7.
- Astuti, Y., Zulkarnain, M., dan Mukarramah. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasuke Cikarasa Langsa. *Jurnal Investasi Islam*, IV(2), 1–12.
- Dejawata, T. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan âCake in Jarâ Cafe Bunchbead Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 17(2), 85221.
- Kolonio, J., dan Soepono, D. (2019). Effect of Service Quality, Trust, and Consumer Satisfaction on Consumer Loyalty on Cv. Marine Fiberglass Facilities. *Jurnal EMBA*, 7(1), 831–840.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian* (Angella Anitawati Hermawan (ed.); edisi 9). Prehallindo.
- Kotler, P. and G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga.
- Lubis, A. S., dan Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243.
- Lupiyoadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat.
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3(1), 26–38.
- Muslichati, Ela Zakiya, S. W. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati Kudus. *Management Analysis Journal*, 4(4), 341–347.
- Roselina, M. A., dan Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234.
- Sahetapy, J. P. (2013). Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel Ud Sinar Sakti Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 411–420. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2055>.
- Sari, N., dan Setiyowati, S. (2017). Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pb Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(02), 186–199.
- Sarwono, J., U. (2015). *Narimawati. 2015. Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Penerbit Andi.
- Sulistiyawati, Arie, dan Seminari. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 250437.
- Surianti. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Setia Kawan Motor Di Kabupaten Soppeng. *Jurnal Ilmiah METANSI "Manajemen Dan Akuntansi"*, 2(2), 7–14.
- Suriyanto, A. R. (2017). Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Salon Madass. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(2), 8.
- Tawas, H., Mananeke, L., & Fure, H. (2014). Diferensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Manalagi Di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 103–114.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (EDISI Empa). Andi Offset.

Zuhdi, S., dan Irawanti, S. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Restoran Roast Chicken & Pizza Meteran). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 4(1), 022–027.