PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK WARUNG RAJA SEBLAK WAHYU

Yesika Tamba[1], Maria vinci lumbantoruan[2], Laurena Ginting [3] Vina Gabriella saragih[4]
Program Studi Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Medan
Alamat e-mail : [1]yeyegemini3@gmail.com,
Alamat e-mail : [2]mariavincilumbantoruan@gmail.com,
Alamat e-mail : [3] laurenaginting2087@gmail.com,
Alamat e-mail : [4]vinageby@unimed.ac.id,

ABSTRACT

The culinary business is one of the business sectors experiencing rapid growth in Indonesia, with seblak buffet being one of the products that is widely favored by people from various circles. The purpose of this study is to examine the effect of product innovation and product quality on the level of customer satisfaction at Warung Raja Seblak Wahyu in Medan City. The research approach used is descriptive quantitative with a survey method of 50 respondents who were randomly selected using a random sampling technique, so that each customer has an equal opportunity to be a research sample. The results of the analysis show that product innovation and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction, indicated by the Adjusted R2 value of 0.762. Separately, product innovation shows a positive but insignificant effect with a Sig. 0.169 > 0.05, while product quality has a positive and significant effect. The results of this study confirm that product quality is the most dominant factor in increasing customer satisfaction compared to product innovation

Keywords: Product Innovation, Product Quality, Customer Statisfaction, Warung Raja, Seblak Wahyu, Culinary Industry

ABSTRAK

Usaha kuliner merupakan salah satu bidang usaha yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia, dengan seblak prasmanan menjadi salah satu produk yang banyak digemari masyarakat dari berbagai kalangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menelaah pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Warung Raja Seblak Wahyu di Kota Medan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan metode survei terhadap 50 responden yang dipilih secara acak menggunakan teknik random sampling, sehingga setiap pelanggan memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa inovasi produk dan kualitas produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ditunjukkan dengan nilai *Adjusted* R^2 sebesar 0,762. Secara terpisah, inovasi

produk menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan dengan nilai hasil Sig. 0,169 > 0,05, sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas produk menjadi faktor paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dibandingkan inovasi produk.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Produk, Kata Kepuasan Pelanggan, Warung Raja Seblak Wahyu, kuliner

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki keragaman kuliner yang sangat luas, dengan setiap daerah menampilkan kekhasan tersendiri yang dipengaruhi oleh letak geografis, kondisi iklim, budaya, serta aspek sosial ekonomi masyarakatnya. Keberagaman tersebut mendorong pertumbuhan industri kuliner yang memiliki peluang keuntungan tinggi, namun sekaligus menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi dan memperhatikan berbagai faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Fadhilah dkk, 2024 dikutip dalam Karin et al., 2025) Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan menjadi bagian penting dalam promosi dari mulut ke mulut. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat berdampak pada penurunan minat beli dan citra usaha. Menurut (Anjani et al., 2022 dikutip dalam Hutagaol, 2025). kepuasan pelanggan adalah hal penting, karena kenyataannya, pelanggan yang merasa tidak puas dengan layanan yang diterima biasanya akan mencari alternatif lain yang bisa memenuhi kebutuhannya. Penjual tidak hanya mencari keuntungan semaksimal mungkin, tetapi juga peduli untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan faktor vital dan sasaran utama bagi setiap pelaku bisnis, karena dengan terciptanya kepuasan, suatu usaha dapat menarik pelanggan baru yang berpotensi menjadi konsumen setia. (Arwin, 2023).

Sejalan dengan hal tersebut, salah satu usaha kuliner yang kini menjadi favorit di berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga orang dewasa adalah seblak. Seblak merupakan makanan khas yang berasal dari Jawa Barat dan dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Seblak ini muncul seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap variasi pangan**.** Dalam penelitiannya, (Padila et al., 2023) menjelaskan bahwa seblak merupakan makanan khas Indonesia yang memiliki cita rasa gurih dan pedas. Hidangan ini dibuat dari bahan dasar kerupuk yang dimasak bersama kencur dan sayuran, menghasilkan cita rasa yang unik dan khas. Keunikan rasa seblak ini menjadikannya pilihan favorit bagi konsumen yang menyukai makanan dengan sensasi pedas yang menggugah selera (Agustina1 et al., 2025). Kombinasi bahan dan bumbu tradisional tersebut tidak hanya

mencerminkan kekayaan kuliner daerah, tetapi juga menunjukkan karakteristik cita rasa masyarakat Indonesia yang gemar terhadap makanan berbumbu tajam. Pada awalnya, seblak hanya populer di wilayah Jawa Barat, namun kini telah berkembang pesat menjadi tren kuliner nasional yang mudah ditemukan di berbagai daerah. Transformasi seblak tidak berhenti pada bentuk tradisionalnya, melainkan terus berinovasi menjadi produk modern dengan berbagai varian, seperti seblak basah, seblak kering, hingga seblak prasmanan yang memberikan kebebasan bagi pelanggan untuk memilih bahan dan topping sesuai selera mereka. Perkembangan tersebut mencerminkan bahwa seblak tidak lagi sekadar makanan tradisional, melainkan telah menjadi simbol kreativitas kuliner masyarakat Indonesia yang mampu beradaptasi dengan perubahan selera dan dinamika pasar yang terus berkembang (Wulandari & Yunita, 2024).

Salah satu inovasi pengolahan seblak berdasarkan transformasinya yaitu seblak prasmanan yang merupakan cara menyajikan makanan secara rapi dan menarik di atas meja, kemudian pelanggan dapat dengan bebas memilih isian seblak yang mereka inginkan dan penjual akan mengolah atau memasak sesuai dengan pesanan. Salah satu daya tarik utama dari seblak prasmanan terletak pada keberagaman pilihan rasa yang ditawarkan kepada konsumen. Pemilik usaha seblak prasmanan umumnya menyediakan berbagai bahan tambahan, seperti udang, ceker ayam, sayuran, maupun kerupuk, yang dapat dipilih secara bebas oleh pelanggan sesuai dengan preferensi mereka. Variasi bahan dan tingkat kepedasan yang dapat disesuaikan membuat seblak menjadi hidangan yang fleksibel dan digemari oleh banyak kalangan. Selain menawarkan cita rasa pedas yang khas, harga seblak yang relatif terjangkau juga menjadi faktor penting yang meningkatkan daya tariknya di pasar. Tingginya minat terhadap hidangan ini turut mendorong pertumbuhan berbagai usaha kuliner berbasis seblak di sejumlah daerah di Indonesia. Salah satu kota yang menunjukkan perkembangan pesat dalam industri seblak adalah Kota Medan, yang dikenal memiliki masyarakat dengan tingkat konsumsi kuliner yang tinggi. Fenomena menjamurnya usaha seblak prasmanan di berbagai lokasi di kota tersebut menjadi bukti nyata meningkatnya permintaan pasar terhadap produk ini. Di antara berbagai usaha tersebut, produk Raja Seblak Wahyu dengan cara penyajian prasmanan ini muncul sebagai salah satu kedai yang cukup populer karena berhasil menarik perhatian konsumen melalui cita rasa yang khas serta inovasi dalam cara penyajiannya. Banyaknya industri seblak prasmanan yang bermunculan dan beroperasi di sepanjang jalan di Kota Medan menjadi bukti dari industri ini. Produk Warung Raja Seblak Wahyu merupakan salah satu kedai seblak yang cukup terkenal di Kota Medan.

Warung Raja Seblak Wahyu telah memiliki banyak penggemar, dilihat dari banyaknya pelanggan yang datang dan memberikan ulasan positif menunjukkan bahwa kedai ini memiliki daya saing tersendiri di tengah ketatnya persaingan industri kuliner.

Namun, meskipun Warung Raja Seblak Wahyu telah memiliki basis pelanggan yang cukup besar, masih terdapat beberapa kritik yang disampaikan oleh konsumen terkait variasi menu dan konsistensi rasa. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek inovasi dan kualitas produk masih memerlukan peningkatan. Berdasarkan hasil observasi awal, pihak Warung Raja Seblak Wahyu telah berupaya melakukan pengembangan produk dengan menambah variasi topping serta tingkat kepedasan guna menarik minat pelanggan. Namun, masih ditemukan keluhan mengenai rasa yang belum konsisten dan waktu penyajian yang relatif lama. Situasi tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara ekspektasi pelanggan terhadap inovasi serta kualitas produk dengan pengalaman aktual yang mereka rasakan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Warung Raja Seblak Wahyu di Kota Medan**.**

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Choirunisa, 2024), hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap inovasi produk**,** terutama melalui aspek cita rasa dan penampilan makanan sebagai representasi dari bentuk inovasi kuliner yang dilakukan. Sementara itu, studi oleh (Agatha, 2025), dalam *Simposium Manajemen dan Bisnis IV* Universitas Nusantara PGRI Kediri, diketahui bahwa kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kualitas produk**.** Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk Seblak Goyang Lidah, semakin besar pula motivasi pelaku usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya agar sesuai dengan harapan konsumen. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya masih membahas kedua faktor tersebut secara terpisah, sehingga terdapat kesenjangan penelitian (research gap) dalam memahami interaksi simultan antara inovasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan seblak prasmanan, khususnya pada Warung Raja Seblak Wahyu.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Produk Warung Raja Seblak Wahyu. Fokus penelitian diarahkan untuk memahami sejauh mana inovasi dan kualitas produk berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang komprehensif

mengenai hubungan antara inovasi, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan dalam konteks usaha kuliner seblak prasmanan.

Inovasi Produk

Menurut Rumahak & Rahayu, Inovasi produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Selain inovasi produk, kualitas produk juga menjadi aspek penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.(Erniati et al., 2021).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Junaedi et al., 2025), dalam penelitiannya yang berjudul *Peningkatan Penjualan Umkm Seblak Prasmanan Di Kampung Melayu Kraksaan* menemukan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan pada UMKM Seblak Prasmanan di Kampung Melayu Kraksaan**.** Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengembangan varian rasa, desain kemasan, dan tampilan produk yang menarik mampu meningkatkan daya tarik serta kepuasan pelanggan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa inovasi produk menjadi salah satu faktor kunci yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan pada usaha kuliner, khususnya pada Seblak Prasmanan. Sejalan dengan penelitian (Budianto & Defrizal, 2025) Dalam penelitian berjudul *Pengaruh Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran Digital terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Kuliner (Studi pada Miss Mojito)*, menyimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pembaruan pada menu dan tampilan produk mampu meningkatkan ketertarikan konsumen serta mendorong kepuasan dan minat pembelian ulang.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan tolak ukur yang menunjukkan sejauh mana suatu produk dapat memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen. Dalam dunia bisnis, kualitas produk tidak hanya dinilai dari aspek daya tahan atau bahan yang digunakan, tetapi juga mencakup unsur rasa, tampilan, kemudahan penggunaan, keandalan, serta konsistensi produk. Menurut Harjadi, kualitas produk mengacu pada seperangkat karatteristik dan fitur yang bergantung pada manfaat suatu produk, fungsi suatu produk atau layanan yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang diungkapkan oleh perusahaan. Sedangkan Menurut Razak, mengemukakan kualitas produk mengacu pada keunggulan produk

yang ditawarkan oleh suatu perusahaan karena kesesuainnya dengan preferensi pelanggan atau kesamaan dengan kebutuhan dan pesyaratan pelanggan. (Auliya & Sutarmin, 2025).

Menurut Islamiyati et al., Produk merupakan segala sesuatu yang disediakan di pasar untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Kualitas produk dapat dimaknai sebagai upaya dalam meningkatkan efektivitas produksi sekaligus menekan biaya, dengan tujuan utama memperkuat daya saing dan memenuhi ekspektasi pelanggan. Selain itu, kualitas produk juga berkaitan dengan kondisi barang yang tahan lama, memiliki daya tarik, dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. (Esa Cahaya Purnomo et al., 2025).

Penelitian sebelumnya oleh (Septiana & Prasetya, 2024), dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Seblak Pasta Taman Siswa. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan Seblak Pasta Taman Siswa lebih mengaitkan tingkat kepuasan mereka dengan kualitas produk yang mereka nikmati meliputi cita rasa, tekstur, serta tampilan hidangan daripada dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Namun, pada penelitian yang di lakukan oleh (Widya Inayatul Umah & Iswati, 2023)**.** berjudul "Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Produk, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Seblak Radja Sidodadi Sidoarjo" ditemukan bahwa kualitas produk tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, cita rasa dan pelayanan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa meskipun kualitas produk yang disajikan tergolong baik, faktor tersebut belum mampu menjadi penentu utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Seblak Radja Sidodadi Sidoarjo, karena pelanggan cenderung lebih menilai kepuasan berdasarkan cita rasa serta pelayanan yang diterima.

Kepuasan Pelangan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan yang muncul setelah pelanggan menilai kinerja layanan yang diterimanya dengan membandingkannya terhadap harapan yang dimiliki. Pelanggan akan merasa puas apabila layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi mereka.(Takuling, 2025)

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan pentingnya kepuasan pelanggan dalam keberhasilan usaha kuliner. (Fitriani et al., 2024) dalam penelitiannya berjudul *Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Usaha Seblak)* menemukan bahwa kepuasan pelanggan Seblak Aa Dadang dan Seblak Aa Dodi memiliki pengaruh positif terhadap efektivitas strategi pemasaran dan peningkatan daya saing usaha kuliner sejenis**.** Hal ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan bukan hanya hasil dari

aktivitas pemasaran, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam memperkuat posisi dan keberlanjutan usaha kuliner di tengah persaingan yang ketat. Sejalan dengan penemuan tersebut, (Satria & Sofri Editia Pratama 2022), melalui penelitian Kajian Kepuasan Pelanggan pada Seblak di Pulau Jawa menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap keberhasilan dan keberlanjutan usaha kuliner seblak**.** Hasilnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam memperkuat daya saing dan posisi bisnis seblak di tengah persaingan industri kuliner.

B. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode analisis regresi linier berganda**.** Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara objektif pengaruh variabel bebas, yaitu Inovasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel terikat, yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) pada Warung Raja Seblak Wahyu.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Warung Raja Seblak Wahyu yang berlokasi di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama bulan Juli hingga Agustus 2025, yang meliputi tahap observasi, penyusunan instrumen, pengumpulan data, serta analisis hasil penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Warung Raja Seblak Wahyu, yang jumlahnya diperkirakan sebanyak 100 orang pelanggan selama periode penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% (0,1)**.**
Rumus Slovin yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = n = \frac{100}{1+100(0,1)^2} = \frac{100}{1+1} = 50$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi (100 pelanggan)
- e = *margin of error* (10% atau 0,1)

Dengan demikian, diperoleh jumlah sampel sebanyak 50 responden, yang dianggap telah mewakili populasi pelanggan Warung Raja Seblak Wahyu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling, yaitu pengambilan sampel secara acak tanpa mempertimbangkan latar belakang atau karakteristik tertentu dari responden, sehingga setiap pelanggan memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner tertutup

kepada responden, serta data sekunder yang diperoleh dari literatur, jurnal ilmiah, dan publikasi yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan SPSS melalui tahapan:

- Uji Validitas dan Reliabilitas, untuk memastikan keabsahan dan konsistensi instrumen.
- Uji Asumsi Klasik, meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.
- Analisis Regresi Linier Berganda, untuk mengetahui besarnya pengaruh Inovasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- Koefisien Determinasi (R), untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.
- Uji F (Simultan), untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen
- Uji t (Parsial), untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Uji Keabsahan Data

1. Uji validitas

Uji validitas disajikan dalam bentuk tabel berikut. Nilai **r tabel** untuk N = 50 pada taraf signifikansi 5% adalah 0.2787

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

variabel	Item pertanyaan	rhitung	rtabel	kesimpulan
X1	P1	0,600	0.2787	Valid
	P2	0,663	0.2787	Valid
	P3	0,688	0.2787	Valid
	P4	0,671	0.2787	Valid
	P5	0,735	0.2787	Valid
	P1	0,674	0.2787	Valid
	P2	0,526	0.2787	Valid
X2	P3	0,623	0.2787	Valid
	P4	0,581	0.2787	Valid
	P5	0,489	0.2787	Valid
Y	P1	0,555	0.2787	Valid
	P2	0,690	0.2787	Valid
	P3	0,589	0.2787	Valid
	P4	0,507	0.2787	Valid
	P5	0,691	0.2787	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel inovasi produk dan kualitas produk terhdapat kepuasaan pelanggan dinyatakan valid. Nilai dari masing- masing item pernyataan memiliki nilai lebih besar dari nilai rtabel.

1. **Uji Reabilitas**

Jika nilai dari Cronbach's Alpha >0,60 maka dapat dinyatakan Reliabel

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
X1	20	0,943	> 0,60	Reliabel
X2	20	0,927	> 0,60	Reliabel
Y	20	0,937	> 0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil ananalisis tabel di atas, diperoleh bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini

menunjukkan **nilai** Cronbach's Alpha yang reliabel (>0,60) dengan hasil data variabel inovasi produk= 0,943,variebel kualitas produk = 0,927, variabel kepuasan pelanggan= 0,937.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov (K-S) pada taraf signifikansi 5% (α = 0,05). Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika Sig. > 0,05 → Data berdistribusi normal
- Jika Sig. ≤ 0,05 → Data tidak berdistribusi normal

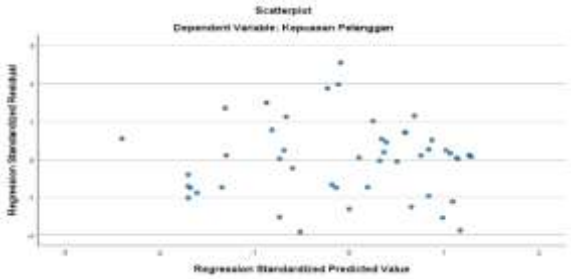
Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			50
Normal Parameters[a,b]	Mean		,0000000
	Std. Deviation		3,18577519
Most Extreme Differences	Absolute		,115
	Positive		,094
	Negative		-,115
Test Statistic			,115
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			,095
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		,093
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,086
		Upper Bound	,101
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Berdasarkan hasil analisis tabel di ata, diperoleh nilai Sig. (2-tailed)[c] (0,086) dan (2-tailed) [d] 0, 101 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dengan melihat grafik pola scatter plot dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:



Gambar 1 Output Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil analisis Grafik diatas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dihitung dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika Tolerance > 0.10 dan VIF < 10 → tidak terjadi multikolinearitas
- Jika Tolerance ≤ 0.10 dan VIF ≥ 10 → terjadi multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]						
	Unstandardized Coefficients		**Standardized Coefficients**			**Collinearity Statistics**
Model	**B**	**Std. Error**	**Beta**	**t**	**Sig.**	**Tolerance** **VIF**

1	(Constant)	9,975	,010		1,991	,052	
	Inovasi Produk	,134	,096	,148	1,398	,169	,430 2,324
	Kualitas Produk	,738	,103	,761	7,169	<,001	,430 2,324

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis tabel di atas, di peroleh nilai tolerance X1 (0,430) dan X2 (0,430) > 0.10 sedangkan nilai VIF X1 (2,324) dan X2 (2,324) < 10 maka dapat di simpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

4. Uji Autokorelasi

Interpretasi nilai Durbin–Watson (DW) dilakukan berdasarkan pengambilan keputusan berikut:

- D<DL atau D>4-DL: Artinya terjadi autokorelasi
- DU<D<4-DU: Artinya tidak terjadi autokorelasi
- DL<D<DU atau 4-DU< D< 4-DL: Artinya tidak kesimpulan

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,879[a]	,772	,762	3,253

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Inovasi Produk

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,879[a]	,772	,762	3,253	2,165

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan Uji Durbin-Watson, diperoleh nilai D sebesar 2,165. Nilai ini dibandingkan dengan nilai atas bawah (DL) sebesar 1,4625 dan batas atas (DU) sebesar 1,6283 dengan jumlah populasi observasi (n) = 50 dan jumlah variabel (k) = 2. Karena nilai DW berada diantara DU dan (4 - DU), yaitu 1,6283<2,165<4-2,3717, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi

C. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

1) Apabila hasil R mendekati 0 menunjukkan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan semakin lemah, maka model dikatakan kurang layak.

2) Apabila hasil R mendekati 1 menunjukkan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan semakin kuat, maka model dikatakan kuat.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, di peroleh persentase Variabel kepuasan pelanggan (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel inovasi produk (X1) dan kualitas produk (X2) adalah 762% sedangkan 23,8 % sisanya dijelaskan variabel lain diluar model.

2. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah penyelidikan dimana bermaksud untuk membuktikan ada ataupun tidak pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berikut adalah bentuk pemodelan yang digunakan dalam penelitian ini:

$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+ ....+bnXn$

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Berganda

Keterangan:

$Y=9,975+0,134X_1+0,738X_2$

a. Konstanta sebesar 9,975 menunjukkan bahwa apabila Inovasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) bernilai 0, maka Kepuasan Pelanggan (Y) tetap sebesar 9,975.
b. Inovasi Produk (X_1) memiliki koefisien positif b = 0,134 dengan nilai Sig. = 0,169 (> 0,05), artinya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
c. Kualitas Produk (X_2) memiliki koefisien positif b = 0,738 dengan nilai Sig. < 0,001 (< 0,05), artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, serta menjadi variabel yang paling dominan dalam model penelitian ini.

3. Uji t (Parsial)

Uji-t (test) digunakan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel berdasarkan parsial berdampak signifikan pada variabel dependen

Dasar Pengambilan ngambilan keputusan:

1) Bila t hitung > t tabel dengan nilai sig ≤0.05 dimana hal ini menjelaskan adanya keterkaitan secara signifikan dari variabel terikat

2) Bila t hitung < t tabel dengan nilai sig ≥ 0,05 dimana hal ini menjelaskan tidak terdapat keterkaitan secara signifikan dari variabel tersebut

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9,975	5,010		1,991	,052
	Inovasi Produk	,134	,096	,148	1,398	,169
	Kualitas Produk	,738	,103	,761	7,169	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 8. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	**(Constant)**	**9,975**	**5,010**		**1,991**	**,052**
	Inovasi Produk	**,134**	**,096**	**,148**	**1,398**	**,169**
	Kualitas Produk	**,738**	**,103**	**,761**	**7,169**	**<,001**

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

a. Berdasarkan hasil analasis dari tabel diatas, variabel inovasi produk (X1) di peroleh nilai t htiumg (1,398) t tabel (2.011) dan sig (0,169) > 0,05, sehingga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

b. Berdasarkan hasil analasis dari tabel diatas, variabel inovasi produk (X2) di peroleh nilai t htiumg (7,169) t tabel (2.011) dan sig (0,001) < 0,05, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

4. Uji F (Simultan)

Uji F menunjukkan apakah dari variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, Dasar Pengambilan Keputusan

1) Jika sig <0,05 atau fhitung > f tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap varibel Y

2) Jika sig > 0.05 atau f hitung < f tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1683,811	2	841,905	79,567	<,001[b]
	Residual	497,309	47	10,581		
	Total	2181,120	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Inovasi Produk

Berdasarkan hasil analisis tabel di atas, didapatkan nilai F hitung (79,567) F tabel (4.05) dan sig (0.001) < 0.05. maka disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel X1 dan X2 secara simulitan terhadap Y.

Pembahasan

1. Pengaruh inovasi produk terhadapar kepuasan pelanggan

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai t hitung 1,398 < t tabel 2,011 dengan Sig. 0,169 > 0,05, yang berarti Inovasi Produk memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Warung Raja Seblak Wahyu. Hal ini mengindikasikan bahwa inovasi seperti penambahan variasi topping, tingkat kepedasan, dan konsep prasmanan belum memberikan dampak yang kuat terhadap peningkatan kepuasan pelanggan, karena kebanyakan pelanggang lebih berfokus pada cita rasa dan kualitas produk. Temuan ini sejalan dengan (Ifada et al., 2024) yang menekankan pentingnya inovasi dan pengalaman pelanggan dalam menciptakan kepuasan serta loyalitas, serta diperkuat oleh (Widya Inayatul Umah & Iswati Iswati, 2023) yang menyebutkan bahwa inovasi produk bukanlah faktor utama, sebab kepuasan pelanggan lebih dipengaruhi oleh rasa, mutu, dan pelayanan yang diberikan

2. Pengaruh kualitas produk terhadapt kepuasan pelanggan

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 7,169 lebih besar dari t tabel 2,011 dengan tingkat signifikansi < 0,001 < 0,05, yang berarti Kualitas Produk memiliki

pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Warung Raja Seblak Wahyu. Hal ini menandakan bahwa kepuasan pelanggan lebih banyak dipengaruhi oleh cita rasa, kebersihan, serta konsistensi penyajian dibandingkan inovasi produk. Temuan ini sejalan dengan (Karjuni, 2021) yang menegaskan bahwa kualitas produk yang baik, meliputi rasa, tampilan, dan kebersihan, mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendorong pembelian ulang. Hasil ini juga diperkuat oleh (Esa Cahaya Purnomo et al., 2025)yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang melalui aspek kinerja, keandalan, dan persepsi kualitas. Oleh karena itu, menjaga cita rasa, mutu bahan baku, dan konsistensi penyajian menjadi langkah strategis bagi Warung Raja Seblak Wahyu dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan

3. Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Hasil uji F simultan menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 79,567 lebih besar dari F tabel 4,05 dengan tingkat signifikansi < 0,001 < 0,05, yang berarti Inovasi Produk dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Warung Raja Seblak Wahyu. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,762 mengindikasikan bahwa 76,2% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 23,8% sisanya dipengaruhi faktor lain seperti harga, pelayanan, dan suasana tempat. Menurut (Gatot et al,.), peningkatan kualitas produk harus diimbangi dengan inovasi dalam aspek bahan baku, proses, dan penyajian agar hasilnya maksimal. Sejalan dengan itu,(Maulida, 2023) menyatakan bahwa strategi pemasaran dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha. Oleh karena itu, perpaduan inovasi dan kualitas produk tidak hanya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, tetapi juga mendorong pertumbuhan serta keberlanjutan usaha Warung Raja Seblak Wahyu.

E. Kesimpulan

Hasil penelitian ini mengungkap bahwa Inovasi Produk dan Kualitas Produk secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Warung Raja Seblak Wahyu, dengan Kualitas Produk menjadi aspek yang paling berpengaruh. Berdasarkan uji regresi, Inovasi Produk memiliki pengaruh positif meskipun belum signifikan, sedangkan Kualitas Produk terbukti berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama dari aspek cita rasa, kebersihan, dan konsistensi penyajian. Dengan demikian, Warung Raja Seblak Wahyu disarankan untuk terus menjaga mutu produk serta mengembangkan inovasi yang

selaras dengan keinginan konsumen guna memperkuat daya saing dan loyalitas pelanggan. Bagi para pelaku usaha kuliner, hasil ini menekankan pentingnya penerapan standar kualitas yang berkelanjutan serta pemberian pengalaman positif bagi pelanggan. Adapun bagi penelitian mendatang, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, pelayanan, atau pengalaman konsumen agar hasil yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di sektor kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

Agatha, C. C. S. H. P. (2025). *Analisis Kepuasan Pelanggan Seblak Goyang Lidah Melalui*. 416–423. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.29407/150rh023

Agustina1, C., * N. E. P., Permadani3, S., & Limantara4, A. D. (2025). *Analisis kinerja pelayanan seblak warok dengan pendekatan metode service quality untuk meningkatakan kualitas pelayanan 1),2),3),4)*. *4*, 1590–1595.

Arwin. (2023). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Kota Parepare. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, *3*(3), 251–257. https://doi.org/10.47065/jtear.v3i3.569

Auliya, F. N., & Sutarmin. (2025). Pengaruh Inovasi , Promosi , Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas. *Jurnal Visi Manajemen*, *11*, 70–86.

Budianto, K. A. & D. (2025). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Strategi Pemasaran Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan Umkm Kuliner (Studi Pada Miss Mojito)*. *11*(2), 165–177.

Choirunisa, R. 1 Y. I. S. S. T. M. S. 2. A. N. S. G. M. S. (2024). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Di Warung Seblak Mamang Ndut Malang*. *7*(September), 558–565.

Erniati, Romadhoni, B., & Mappatompo, A. (2021). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Produk Baru Pada Pt. Prapta Makassar. *Competitiveness*, *10*(2), 149–156.

Esa Cahaya Purnomo, Devi Virgiana Hermansyah, & Inda Arsyizil Quwwatin. (2025). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian : Studi Pada Produk Facetology. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, *3*(3), 326–344. Https://Doi.Org/10.61132/Lokawati.V3i3.2037

Fitriani, R., Sitepu, M. V., Amir, T. P. R., Sari, O. P., & Yolanda, F. (2024). Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Usaha Seblak). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis (Jikabi)*, *3*(1), 1–10. Https://Doi.Org/10.31289/Jbi.V3i

1.4110

Gatot Wijayanto1, Rina Yuniarti2, I Made Adi Suwandana3, Eva Desembrianita4, R. K. (2023). *Membangun Budaya Inovasi Dalam Umkm: Pelatihan Dan Pendampingan Untuk Meningkatkan Kreativitas Dan Responsivitas Terhadap Pelanggan*. *1*(03), 191–202. Https://Doi.Org/10.58812/Ejimcs.V1.I03

Hutagaol, A. F. E. F. S. S. A. S. R. (2025). Pengaruh Variasi Topping, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Seblak Kuali Kotapinang. In *Journal Of Innovative And Creativity* (Vol. 5, Issue 3).

Ifada, A., Rizqiyanti, D. M., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Seblak Prasmanan Teh Windy Di Karawang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sdm*, *5*(2), 199–210. Https://Doi.Org/10.47747/Jnmpsdm.V5i2.1812

Junaedi, D., Fitryningtyas, C., Fatimah, D., Dwivo Monica Risqi Putri, Rosanti, N. M., & Wardani, R. (2025). Dampak Digitalisasi Dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Umkm Seblak Prasmanan Di Kampung Melayu Kraksaan. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, *4*(2), 6713–6717. Https://Doi.Org/10.31004/Riggs.V4i2.1716

Karjuni, A. (2021). Ecopreneur : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kafe Seblak Ceker Naga Majalengka. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *2*, 163–177.

Maulida, M. S. S. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Pengembangan Usaha Seblak. *Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents*, *2*(166–178), 14–30. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.56444/Transformasi.V2i3.966

Padila, S. N., Charismadwita, C., & Nurjanah, I. (2023). Konten Media Sosial Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Pada Seblak Prasmanan Miss Ay. *Perfect Education Fairy*, *1*(4), 152–162. Https://Doi.Org/10.56442/Pef.V1i4.827

Sandrina, K. D. D. K. S. D. (2025). Kualitas Layanan, Pengalaman Konsumen, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Umkm Seblak Prasmanan Mas Al Nganjuk. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, *4*, 1257–1262.

Satria1, D., & Sofri Editia Pratama2. (2022). Kajian Kepuasan Pelanggan Pada Seblak Di Pulau Jawa. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, *1*(2), 72–76.

Septiana, R., & Prasetya, B. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Seblak Pasta Taman Siswa. *Manajemen*

Kreatif Jurnal, *2*(2), 60–72. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.55606/Makreju.V2i2.3040 Pengaruh

Takuling, S. M. F. B. B. S. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji Di Yokyakatra*. *9*(3), 50–66.

Widya Inayatul Umah, & Iswati Iswati. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Seblak Radja Sidodadi Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, *3*(3), 122–128. Https://Doi.Org/10.55606/Jimak.V3i3.2147

Wulandari, I., & Yunita, T. (2024). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan “Seblak Prasmanan Bandung” Di Bekasi. *Jurnal Portofolio : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *3*(3), 228–234. Https://Doi.Org/10.70704/Jpjmb.V3i3.291