

Pengaruh *Product Quality* dan *Product Innovation* Terhadap *Customer Satisfaction* pada RM. Happy Fish Kota Manado

Oktaviani Gracella Mole^{1*}, Riane Johnly Pio¹, Joula Jety Rogahang¹

¹ Ilmu Administrasi Prodi Administrasi bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado

* Email: oktavianimole447@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the correlation and impact of product quality (such as taste, freshness of raw materials, cleanliness, portion, and presentation) and product innovation (such as menu updates, variations, and uniqueness) on the level of customer satisfaction. The research method used is a quantitative method with multiple linear regression analysis techniques. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 97 customer respondents at RM. Happy Fish Manado City. The results of the study indicate that Product Quality and Product Innovation have a positive and significant effect on Customer Satisfaction, both partially and simultaneously. The Product Quality and Product Innovation variables together are able to explain variations in customer satisfaction by 77.1%.

Keywords: *Product Quality; Product Innovation; Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi dan dampak dari kualitas produk (seperti cita rasa, kesegaran bahan baku, kebersihan, porsi, serta penyajian) dan inovasi produk (seperti pembaruan menu, variasi, serta keunikan) terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 97 responden pelanggan RM. Happy Fish Kota Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Product Quality* dan *Product Innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, baik secara parsial maupun secara simultan. Variabel *Product Quality* dan *Product Innovation* secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 77,1%.

Kata Kunci : *Product Quality; Product Innovation; Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan industri kuliner di Indonesia memicu persaingan usaha yang semakin ketat, termasuk di Kota Manado. Rumah makan *seafood* menjadi salah satu pilihan utama masyarakat dan wisatawan karena kekayaan cita rasa khas daerah seperti rica-rica dan dabu-dabu. Di tengah tingginya dinamika persaingan ini, pelaku usaha dituntut untuk membangun keunggulan kompetitif guna menciptakan *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan). Kepuasan pelanggan merupakan indikator kunci keberhasilan bisnis kuliner; pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang, membangun loyalitas, dan memberikan rekomendasi positif, sementara ketidakpuasan dapat menyebabkan perpindahan pelanggan ke pesaing.

Salah satu faktor penentu *customer satisfaction* adalah *product quality* (kualitas produk) yang mencakup cita rasa, kesegaran bahan baku, kebersihan, keamanan pangan, penyajian, dan konsistensi menu. Produk yang berkualitas terbukti mampu memberikan pengalaman konsumsi positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, *product innovation* (inovasi produk) juga memegang peranan penting melalui pengembangan variasi menu baru, kombinasi rasa unik, hingga penyesuaian produk dengan tren pasar. Inovasi

secara berkelanjutan memberikan nilai tambah serta pengalaman bersantap yang baru bagi konsumen.

RM Happy Fish Kota Manado merupakan salah satu rumah makan olahan *seafood* yang menghadapi tantangan persaingan tersebut. Untuk mempertahankan keberlangsungannya, RM Happy Fish tidak hanya dituntut menjaga konsistensi kualitas produk, tetapi juga melakukan inovasi secara berkelanjutan. Namun demikian, penelusuran literatur terdahulu menunjukkan adanya *research gap*. Beberapa penelitian menemukan bahwa *product quality* memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan studi lain menunjukkan bahwa *product quality* tidak berpengaruh signifikan apabila tidak didukung oleh faktor lain. Hasil yang bervariasi juga ditemukan pada pengaruh *product innovation*, di mana inovasi tidak selalu berdampak signifikan terhadap kepuasan jika tidak diimbangi dengan kualitas produk dasar yang memadai.

Adanya ketidakkonsistensian hasil penelitian terdahulu (*research gap*) serta masih terbatasnya kajian empiris yang berfokus pada RM Happy Fish Kota Manado menegaskan pentingnya penelitian ini dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *product quality* dan *product innovation* terhadap *customer satisfaction* pada RM Happy Fish Kota Manado, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris sekaligus masukan strategis bagi manajemen RM Happy Fish dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing usaha.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal untuk menguji pengaruh *product quality* (X1) dan *product innovation* (X2) terhadap *customer satisfaction* (Y). Kerangka teoretis disusun berdasarkan *Expectancy Disconfirmation Theory*, di mana kepuasan tercipta ketika kinerja produk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Penelitian dilaksanakan di RM Happy Fish yang berlokasi di Jl. Boulevard II, Sindulang 2, Kecamatan Tuminting, Kota Manado, Sulawesi Utara.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di RM Happy Fish Kota Manado. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (*unknown population*), penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), margin kesalahan 10% ($d = 0,1$), dan proporsi $P = 0,5$. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh ukuran sampel minimal sebanyak 96,04 yang dibulatkan menjadi 97 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* berdasarkan kriteria konsumen yang pernah bersantap di lokasi penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden secara langsung.

Kuesioner disusun mengacu pada indikator masing-masing variabel dengan skala Likert 5 tingkat, mulai dari skor 1 (*Sangat Tidak Setuju*) hingga skor 5 (*Sangat Setuju*). Untuk memperkuat dan melengkapi data primer, peneliti juga melakukan observasi lapangan mengenai kualitas produk dan variasi menu, serta dokumentasi berupa foto produk, profil usaha, dan daftar menu sekunder. Data yang terkumpul diuji kualitasnya menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas instrumen. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas) untuk memastikan data memenuhi syarat regresi linear. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dan simultan (uji F), serta analisis koefisien determinasi (R^2) guna mengukur besarnya kontribusi variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan secara empiris.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada RM Happy Fish Kota Manado. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk yang disajikan seperti cita rasa makanan yang enak, kesegaran bahan baku, kebersihan, porsi yang sesuai, serta tampilan

penyajian yang menarik—maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kualitas produk terbukti menjadi faktor mendasar yang memicu pengalaman konsumsi positif dan mendorong pemenuhan ekspektasi konsumen secara optimal. Secara teoretis, temuan ini memperkuat landasan bahwa kualitas produk merupakan pendorong utama pembentukan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dan mendukung studi empiris terdahulu dari Fahrina Mustafa et al. (2024) serta Puspitasari dan Nurmaning (2024) yang menyatakan bahwa kualitas produk yang sesuai harapan mampu meningkatkan persepsi positif dan memberikan pengalaman memuaskan bagi konsumen. Selain itu, temuan ini sejalan dengan penelitian Mada dan Bintari (2024) pada Restoran Mie Gacoan Kenjeran 2 Surabaya serta Sundawan dan Sutirman (2025) pada Restoran Bakso Rusuk Samson, yang secara konsisten mengonfirmasi bahwa konsistensi standar mutu produk berperan vital dalam menjaga kepuasan serta retensi pelanggan pada bisnis kuliner.

Product Innovation terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Satisfaction pada RM Happy Fish Kota Manado. Pelaksanaan inovasi produk—melalui pengembangan variasi menu baru, kreativitas penyajian, serta pembaruan cita rasa yang dinamis—efektif menarik perhatian konsumen dan memberikan nilai tambah (added value). Kehadiran inovasi secara berkelanjutan memberikan pengalaman baru bagi pelanggan sehingga mereka tidak merasa bosan dan terdorong untuk melakukan kunjungan ulang. Inovasi yang selaras dengan perkembangan tren serta perubahan selera pasar terbukti mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara substansial. Hasil ini mendukung temuan Putri, Lutfi, dan Damarwulan (2024) pada Geprek Bensu Cilegon yang menegaskan bahwa inovasi menu mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Maharani, Marbun, dan Oktaviani (2025) di Restoran Joon Canggü, yang memperlihatkan bahwa inovasi produk memberikan kontribusi positif yang signifikan dan menjadi salah satu faktor kunci pendorong kepuasan pelanggan di sektor restoran.

Secara bersama-sama, Product Quality dan Product Innovation berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction pada RM Happy Fish Kota Manado, dengan kontribusi penjelasan sebesar 77,1% (sedangkan 22,9% sisanya dipengaruhi faktor lain).

Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak berdiri sendiri pada satu dimensi, melainkan dibentuk oleh integrasi antara kualitas dasar dan pembaruan produk secara konsisten. Kualitas produk yang baik memberikan fondasi kepuasan dasar, sementara inovasi produk menghadirkan daya tarik dan keunggulan diferensiasi bagi usaha. Apabila RM Happy Fish mampu mempertahankan keandalan mutu produk sekaligus menghadirkan variasi menu yang adaptif secara berkelanjutan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan terdistribusi secara maksimal. Temuan simultan ini sejalan dengan penelitian Tamba et al. (2025) pada Warung Raja Seblak Wahyu, yang mengonfirmasi bahwa kombinasi sinergis antara Product Quality dan Product Innovation mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan pelanggan dan menjadi strategi esensial dalam memperkuat daya saing bisnis kuliner.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada RM Happy Fish Kota Manado, di mana konsistensi cita rasa khas *seafood*, kesegaran bahan baku, kebersihan, dan tampilan penyajian terbukti mampu memenuhi ekspektasi konsumen secara optimal. Selanjutnya, *Product Innovation* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan kontribusi pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kualitas produk, menunjukkan bahwa variasi menu baru dan pembaruan konsep olahan memberikan nilai tambah serta pengalaman bersantap yang memuaskan bagi pelanggan. Secara simultan, *Product Quality* dan *Product Innovation* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai koefisien determinasi yang mengindikasikan bahwa sebagian besar variasi kepuasan pelanggan pada

RM Happy Fish Kota Manado mampu dijelaskan oleh kombinasi kedua variabel tersebut, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, D. F. (2025*). Analisis pengaruh kualitas produk, inovasi produk pada kepuasan pelanggan. (naskah tidak formal tersedia)
- Analisis hubungan Product Innovation dan Customer Satisfaction (2025). Menunjukkan inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Arifin, S., & Darmawan, D. (2025). A Study of Product Innovation as a Catalyst for Customer Satisfaction and Trust. *Jurnal Visi Manajemen*.
- Artikel teori Expectation-Disconfirmation Theory & prinsip inovasi meningkatkan kepuasan pelanggan (2025).
- BrainText. (2025). Panduan Lengkap Sistematika Penulisan Skripsi Kuantitatif.
- Cahaya, N., & Ratnawili, R. (2024). Pengaruh food quality dan inovasi produk terhadap customer satisfaction di Pentol Nona Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*.
- Citra Air Nusantara. (2024). Panduan Menulis Bab 4 Laporan Skripsi.
- Community Engagement Journal. 2025. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.
- Dewi, I. (2025). Teknik sampling dalam penelitian.
- Economics and Digital Business Review. (2024). Analisis regresi linear berganda terhadap customer satisfaction.
- Educativa. (2025). Bab 4 Skripsi dengan SPSS: Panduan Penyusunannya. Educativa. (2025). Panduan penyusunan Bab 4 skripsi dengan SPSS.
- Ekawaty & Kusnawan (2025) - Produkt Innovation berpengaruh positif pada customer satisfaction (dalam sektor jasa keuangan) Memberikan model integrasi variabel lainnya sebagai pembanding penelitian.
- Fadilah, A. S., & Fihartini, Y. (2025). Impact of Product Quality ... on Customer Satisfaction. *Digital Innovation: International Journal of Management*.
- Ferdinand, A. 2026. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2024. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Guntur, M. (2024). Pengujian Normalitas, Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas dalam Analisis Regresi. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi*.
- Hair, J. et al. (2024). Multivariate Data Analysis. Pearson.
- Handoko, B. L. (2024). Pendekatan Lemeshow untuk populasi tidak diketahui.
- Harahap, P. K. N., & Lubis, N. W. (2024). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Ikraith Humaniora Journal*.
- Hutauruk, R. (2024). Analisis Pengujian Asumsi Klasik dalam Model Regresi. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*.
- Inayati, R., dkk. (2025). Uji Validitas dan Reliabilitas Menggunakan Software SPSS pada Kuesioner Penelitian. *Public Health and Safety International Journal*.
- Istiqlal & Hadi (2024) - Signifikan pengaruh product innovation dan service quality terhadap customer satisfaction Sebagai teori pendukung inovasi produk dalam meningkatkan kepuasan
- Jurnal Administrasi Bisnis* (2024). Pengujian Asumsi Klasik pada Model Regresi.
- Jurnal Ekonomi Bisnis* (2024). Pengolahan Data Penelitian dengan SPSS.
- Jurnal Manajemen Unsur*. (2024). Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Menggunakan Korelasi Pearson Product Moment.
- Jurnal Selektia Manajemen*. 2024. Analisis Regresi Linear Berganda Menggunakan SPSS.
- Kano Model sebagai kerangka pemahaman fitur yang memengaruhi kepuasan pelanggan (2026).

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2024). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Mulyadi (2024) - Pengaruh product quality, innovation terhadap customer satisfaction dalam bisnis ritel Bisa jadi perbandingan dengan setting UMKM atau restoran.
- Lestari, A., & Pratama, R. (2024). Strategi Inovasi Produk dan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Industri Kuliner Lokal. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 12(1), 45-58.
- Mushofa, dkk. (2024). Populasi dan sampel dalam penelitian kuantitatif.
- Mustafa, F. et al. (2024). How Innovation, Quality, and Supply Chain Management Affect Customer Satisfaction in Organic Food Products. *Jambura Agribusiness Journal*.
- Nugraha, L. (2026). Cara Menulis Analisis Skripsi Anti Revisi Semua Jurusan.
- Penelitian kuantitatif tentang Product Quality dan Customer Satisfaction (2025). Hasil menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif signifikan.
- Penelitian Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. 2024. Putri, N. K. (2024). Kuliner khas Manado dan daya tarik seafood lokal.
- Sari, D. N., dkk. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan di Era Pasca-Pandemi. *Food & Beverage Business Review*, 7(2), 112-125.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2025. *Research Methods for Business*. New York: Wiley.
- Steven Wijaya & Ida Aju (2026) – Studi tentang pengaruh product quality terhadap customer satisfaction di UMKM Surabaya.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Penentuan populasi dan sampel dalam penelitian kuantitatif.
- Sugiyono. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2024. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syntax Literate Journal. 2024. Analisis Regresi Linear Berganda pada Kepuasan Konsumen.
- Teknokrat Research. (2026). Analisis regresi dan uji hipotesis menggunakan SPSS dalam penelitian kuantitatif.
- Tjiptono, F. (2024). *Strategi Pemasaran*. Andi Publisher.
- Wijaya, S., & Ratih, I. A. B. (2026). Pengaruh price fairness, product quality dan product innovation terhadap customer satisfaction pada pembeli UMKM Es Jumbo Qiu Qiu di Surabaya. *GEMAH RIPA: Jurnal Bisnis*, 5(04), 980-991.
- Wibowo, S. (2024). *Manajemen Pemasaran Strategis: Menciptakan Nilai Melalui Inovasi dan Kualitas di Sektor UMKM*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Mandiri.