



Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kualitas Layanan serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Kuliner

Abdul Luthfi^{*1}, Elida², Anni Faridah³, Kasmita⁴

Universitas Negeri Padang, Kota Padang, Indonesia

*Correspondent Author: abdulluthfi11@gmail.com

Info Article Received: 19 Juni 2026 Revised: 10 Juli 2026 Accepted: 15 Agustus 2026 Publication: 31 Agustus 2026	Abstract: <i>Tight competition in the culinary MSME sector requires managers to optimize service quality to increase customer satisfaction. This study aims to test the validity of the questionnaire instrument through validity and reliability tests, and analyze the effect of service quality on customer satisfaction of Roti Koh Ahong in Padang City. A descriptive-associative quantitative method was applied by collecting primary data from 30 consumers through an accidental sampling technique. Data analysis using SPSS version 25 included Pearson validity test, Cronbach's Alpha reliability test, and simple linear regression. The test results showed that all instrument items were valid ($r_{count} > 0.361$; $p < 0.05$) and highly reliable (Cronbach's Alpha = 0.960). Regression analysis confirmed that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction ($F = 241.536$; $p = 0.000$) with a contribution of 89.6% ($R^2 = 0.896$). In conclusion, the developed questionnaire proved valid and reliable, making it worthy of being adopted for further research in the field of culinary service management.</i>
Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction, Validity Test, Reliability Test, Culinary MSMEs Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, UMKM Kuliner	Abstrak: Persaingan ketat di sektor UMKM kuliner menuntut pengelola mengoptimalkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan menguji keabsahan instrumen kuesioner melalui uji validitas dan reliabilitas, serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Roti Koh Ahong di Kota Padang. Metode kuantitatif deskriptif-asosiatif diterapkan dengan mengumpulkan data primer dari 30 konsumen melalui teknik accidental sampling. Analisis data menggunakan SPSS versi 25 mencakup uji validitas Pearson, uji reliabilitas Cronbach's Alpha, dan regresi linier sederhana. Hasil pengujian menunjukkan seluruh butir instrumen teruji valid ($r_{hitung} > 0,361$; $p < 0,05$) dan sangat reliabel (Cronbach's Alpha= 0,960). Analisis regresi mengonfirmasi bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ($F = 241,536$; $p = 0,000$) dengan kontribusi sebesar 89,6% ($R^2 = 0,896$). Kesimpulannya, kuesioner yang dikembangkan terbukti sahih serta andal sehingga layak diadopsi untuk penelitian selanjutnya di bidang manajemen pelayanan kuliner.
Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License 	

INTRODUCTION

Industri kuliner dan olahan pangan dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berkontribusi secara strategis terhadap penguatan ekonomi daerah. (Kurniawan et al., 2021). Seiring dengan makin ketatnya tingkat persaingan antar pelaku usaha kuliner, keberlangsungan dan perkembangan suatu usaha sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen (Ottman, 2017). Dalam konteks pemasaran dan manajemen jasa, kepuasan konsumen merupakan kunci utama untuk menciptakan loyalitas, merekomendasikan produk (word-of-mouth), serta membangun citra positif bisnis (Goodman, 2019).

Tingkat kepuasan konsumen tersebut dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan (service quality) yang diberikan oleh penyedia jasa (Singh et al., 2023). Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai akumulasi karakteristik produk dan jasa yang berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap pemenuhan kebutuhan serta kepuasan pelanggan. (Tedja et al., 2024). Pada industri olahan bakery seperti Roti Koh Ahong di Kota Padang, kualitas diukur tidak semata-mata berdasarkan mutu fisik produk, tetapi juga melibatkan persepsi konsumen terhadap keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), kepastian (assurance), empati (empathy), serta bukti fisik (tangibles) yang dihadirkan dalam penyuguhan layanan. (Alaan, 2016).

Meskipun pentingnya kualitas pelayanan dalam mendorong kepuasan pelanggan telah banyak dibahas dalam literatur umum, penerapannya pada skala UMKM kuliner lokal sering kali menghadapi tantangan operasional, seperti keterbatasan standar pelayanan baku dan pengelolaan sumber daya manusia yang belum optimal (Suherli et al., 2025). Keberadaan Roti Koh Ahong sebagai salah satu UMKM kuliner di Kota Padang menuntut pengelola untuk secara sistematis mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang berikan. Penelitian ini menjadi penting guna menyediakan bukti empiris terkait besarnya pengaruh dimensi kualitas pelayanan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen pada konteks UMKM bakery lokal.

Evaluasi empiris yang akurat membutuhkan instrumen pengukuran yang akurat, oleh karena itu kuesioner yang baik menjadi syarat mutlak dalam melakukan evaluasi empiris yang akurat. (Aithal & Aithal, 2020). Pengukuran kepuasan dan kualitas layanan bersifat abstrak karena mengukur persepsi dan sikap konsumen, sehingga rentan terhadap bias interpretasi (Aicher et al., 2023). Oleh sebab itu, uji validitas dan reliabilitas mutlak diperlukan sebelum analisis regresi lanjutan dilakukan (Arkes, 2025). Uji validitas

dilaksanakan untuk menjamin bahwa seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner secara presisi mengukur dimensi indikator yang ditargetkan (Clark & Watson, 2019). Konsistensi instrumen dalam mengukur persepsi responden dipastikan melalui pelaksanaan uji reliabilitas. (Andri, 2022). Tanpa kedua uji ini, data yang diperoleh tidak dapat dijamin keabsahannya, yang berpotensi menghasilkan kesimpulan penelitian yang bias.

Berdasarkan latar belakang dan pemikiran tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah menguji sejauh mana dimensi kualitas pelayanan (reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible) memengaruhi tingkat kepuasan konsumen Roti Koh Ahong Kota Padang, sekaligus menguji validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner yang digunakan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis melalui pengayaan literatur di bidang pemasaran, khususnya pada sektor UMKM kuliner di Indonesia, serta manfaat praktis berupa masukan strategis bagi manajemen Roti Koh Ahong dalam mengevaluasi kinerja pelayanan dan merumuskan kebijakan operasional guna meningkatkan kepuasan konsumen.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif-asosiatif yang difokuskan pada uji coba instrumen (*pilot test*) serta analisis pengaruh antarvariabel (Teresi et al., 2022). Lokasi penelitian dilaksanakan di outlet Roti Koh Ahong yang beralamat di Jalan Kis Mangunsarkoro, Jati Baru, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat. Populasi penelitian ini mencakup seluruh konsumen Roti Koh Ahong di Padang. Sampel ditarik menggunakan metode non-probability sampling melalui pendekatan accidental sampling, di mana responden merupakan konsumen yang ditemui di lokasi serta sedang bertransaksi pada saat penelitian dilaksanakan. (Khan, 2020). Pengujian keandalan instrumen dilakukan kepada 30 orang responden ($N = 30$) sebagai sampel uji coba, yang dinilai mencukupi untuk memenuhi kriteria statistik standar uji validitas dan reliabilitas instrumen awal (Kholed et al., 2021).

Penelitian ini menggunakan data primer yang dihimpun secara langsung melalui penyebaran kuesioner terstruktur berformat pertanyaan tertutup. Instrumen penelitian disusun berdasarkan operasionalisasi variabel kualitas pelayanan yang meliputi lima dimensi *SERVQUAL*, yaitu keandalan (reliability/ X_1), daya tanggap (*responsiveness*/ X_2), jaminan (*assurance*/ X_3), empati (*empathy*/ X_4), dan bukti fisik (*tangible*/ X_5), serta

variabel kepuasan konsumen (Y). (Sugiarto & Octaviana, 2021). Total pernyataan dalam kuesioner berjumlah 24 butir item. Tanggapan responden diukur memanfaatkan skala Likert 5 poin yang memiliki tingkatan dari Sangat Tidak Setuju (bernilai 1) sampai Sangat Setuju (bernilai 5). (Tanujaya et al., 2022).

Sebelum instrumen kuesioner ini direkomendasikan dan digunakan untuk penelitian skala penuh, pengujian keabsahan instrumen dilakukan melalui uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 25. Keabsahan setiap butir kuesioner diuji melalui rumus *Pearson Product-Moment*, dengan kriteria validitas terpenuhi apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361 pada taraf signifikansi $\alpha=0,05$ dan $N=30$) (FITRIANI et al., 2025). Selanjutnya, uji reliabilitas dilaksanakan guna mengevaluasi konsistensi internal kuesioner berdasarkan nilai Cronbach's Alpha, di mana instrumen dikategorikan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh melebihi 0,60 (Sürücü, 2020).

Setelah instrumen terbukti valid dan reliabel, pengujian hipotesis terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dilakukan melalui penerapan teknik analisis regresi linier sederhana. (Setiono & Hidayat, 2022). Pengujian hipotesis mencakup analisis koefisien determinasi (R^2), uji F untuk mengevaluasi pengaruh secara simultan, serta uji t guna mengukur signifikansi pengaruh secara parsial pada taraf signifikansi $\alpha=0,05$. (Aras et al., 2023). Hasil analisis dari penelitian uji coba ini diproyeksikan tidak hanya memberikan gambaran awal mengenai kepuasan konsumen Roti Koh Ahong, melainkan juga menghasilkan instrumen kuesioner yang teruji keabsahannya untuk digunakan pada penelitian-penelitian selanjutnya yang relevan di bidang manajemen pelayanan dan bisnis kuliner.

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Keabsahan instrumen penelitian dievaluasi terhadap 24 butir pernyataan kuesioner yang didistribusikan kepada 30 responden konsumen Roti Koh Ahong Kota Padang. Uji validitas dianalisis memanfaatkan korelasi *Pearson Product-Moment* dengan membandingkan nilai r_{hitung} terhadap r_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha=0,05$ dan $N=30$ ($r_{tabel}=0,361$). Adapun pengujian reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan ambang batas keandalan $>0,60$. Ringkasan hasil uji validitas untuk instrumen variabel Kepuasan Konsumen (Y) disajikan pada Tabel 1, sedangkan ringkasan uji reliabilitas instrumen disajikan pada Tabel 2.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} ($\alpha=0,05$)	Signifikansi (p)	Keterangan
Y1 (Keinginan membeli kembali produk)	0,772	0,361	0,000	Valid
Y2 (Pelayanan sesuai harapan)	0,737	0,361	0,000	Valid
Y3 (Keinginan berkunjung kembali)	0,769	0,361	0,000	Valid
Y4 (Merekomendasikan kepada kerabat)	0,794	0,361	0,000	Valid
Y5 (Fasilitas sesuai harapan)	0,760	0,361	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah SPSS v25 (2023)

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel / Instrumen	Jumlah Item (N of Items)	Cronbach's Alpha	Standar Minimal	Keterangan
Kuesioner Penelitian (Kualitas Layanan & Kepuasan Konsumen)	24	0,960	0,600	Sangat Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah SPSS v25 (2023)

Pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan variabel kepuasan konsumen (Y1 hingga Y5) menghasilkan nilai r_{hitung} yang berkisar antara 0,737 hingga 0,794. Karena seluruh nilai $r_{hitung} > 0,361$ dan nilai signifikansi $p=0,000 < 0,05$, maka seluruh butir instrumen kepuasan konsumen dinyatakan valid. Pengujian serupa terhadap butir pernyataan variabel Kualitas Layanan (X_1 hingga X_5) menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai $r_{hitung} > 0,361$, sehingga dikategorikan valid.

Pada Tabel 2, Hasil uji reliabilitas menghasilkan koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,960 untuk keseluruhan 24 item pernyataan. Karena nilai tersebut jauh melampaui batas ambang minimum 0,60, instrumen kuesioner ini terbukti memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi (highly reliable).

Pembahasan dan Dukungan Penelitian Relevan

Terbuktinya keabsahan dan keandalan instrumen ini mengindikasikan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang digunakan mampu mengukur persepsi kepuasan konsumen secara presisi pada bisnis UMKM sektor kuliner. Instrumen yang teruji ini mendukung hasil analisis regresi yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($R^2 = 0,896$, $F = 241,536$, $p < 0,05$).

Temuan tersebut menegaskan kembali prinsip dasar manajemen jasa, di mana pengukuran kualitas layanan yang terstruktur merupakan sarana yang efektif untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan pengguna. Hal ini memperkuat pandangan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung pada sejauh mana penyedia jasa mampu menyeimbangkan kinerja pelayanan riil yang diberikan dengan ekspektasi atau harapan yang dimiliki oleh pelanggan.

Dengan capaian validitas ($r_{hitung} > 0,361$) dan reliabilitas ($\alpha = 0,960$) yang tinggi, kuesioner dalam penelitian ini tidak hanya valid untuk kasus Roti Koh Ahong, melainkan juga memiliki keabsahan metodologis untuk diadopsi atau digunakan kembali (*reusable*) pada riset-riset akademis selanjutnya yang mengkaji kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di industri kuliner maupun jasa sejenis.

CONCLUSION

Penelitian ini menguji dan membuktikan bahwa instrumen yang dikembangkan teruji valid serta memiliki konsistensi internal yang sangat baik. di mana seluruh item pernyataan terbukti valid dan reliabel. Analisis data menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berbanding lurus dan berdampak signifikan terhadap kepuasan pembeli Roti Koh Ahong di Kota Padang. yang menegaskan bahwa dimensi kualitas layanan secara efektif mampu memprediksi kepuasan konsumen pada bisnis UMKM kuliner. Implikasi bagi penelitian selanjutnya, instrumen yang telah teruji ini dapat diadopsi atau direplikasi pada riset bisnis jasa kuliner sejenis, dengan saran perluasan ukuran sampel serta penambahan variabel lain seperti kualitas produk, persepsi harga, maupun loyalitas pelanggan untuk memperkaya cakupan model penelitian.

REFERENCES

- Aicher, T. J., Heere, B., Odio, M. A., & Ferguson, J. M. (2023). Looking beyond performance: understanding service quality through the importance-performance analysis. *Sport Management Review*, 26(3), 448–470.
- Aithal, A., & Aithal, P. S. (2020). Development and validation of survey questionnaire & experimental data—a systematical review-based statistical approach. *International Journal of Management, Technology, and Social Sciences (IJMTS)*, 5(2), 233–251.
- Alaan, Y. (2016). Pengaruh service quality (tangible, empathy, reliability, responsiveness dan assurance) terhadap customer satisfaction: Penelitian pada Hotel Serela Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 15(2).
- Andri, A. (2022). Analysis of factors affecting the use of Google Classroom to support lectures. *Analysis of Factors Affecting the Use of Google Classroom to Support Lectures*.
- Aras, M., Persada, I. N., & Nabella, S. D. (2023). The influence of service quality, Trust, and facilities on the decision to choose SP Hotel Batam. *International Journal*

- of Accounting, Management, Economics and Social Sciences (IJAMESC)*, 1(4), 417–431.
- Arkes, J. (2025). *Regression analysis: a practical introduction*. Routledge.
- Clark, L. A., & Watson, D. (2019). Constructing validity: New developments in creating objective measuring instruments. *Psychological Assessment*, 31(12), 1412.
- Fitriani, n., Supangkat, b., Hermawan, w., Iskandar, j., & Abas, m. A. (2025). Public perception and behavior toward butterfly diversity and benefits in Bandung, West Java, Indonesia. *BIODIVERSITAS*, 26(10), 5089–5108.
- Goodman, J. (2019). *Strategic customer service: Managing the customer experience to increase positive word of mouth, build loyalty, and maximize profits*. Amacom.
- Khan, N. (2020). Critical review of sampling techniques in the research process in the world. *Available at SSRN 3572336*.
- Kholed, S. N. S., Maon, S. N., & Hassan, N. M. (2021). Reliability and validity of the inter-professional collaboration practice instrument. *Journal of Interprofessional Education & Practice*, 24, 100450.
- Kurniawan, A. W., Syahribulan, S., Azis, M., Anshari, A., & Sahabuddin, R. (2021). The Influence of Entrepreneurs through Business Performance Competitive Advantage of the Small and Medium Enterprises Sector in Makassar City. *PSYCHOLOGY AND EDUCATION*, 58(5), 7699–7712.
- Ottman, J. (2017). *The new rules of green marketing: Strategies, tools, and inspiration for sustainable branding*. Routledge.
- Setiono, B. A., & Hidayat, S. (2022). Influence of service quality with the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles on customer satisfaction. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 6(09), 330–341.
- Singh, V., Sharma, M. P., Jayapriya, K., Kumar, B. K., Chander, M., & Kumar, B. R. (2023). Service quality, customer satisfaction and customer loyalty: A comprehensive literature review. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*, 10(4S), 3457–3464.
- Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). Service quality (SERVQUAL) dimensions on customer satisfaction: Empirical evidence from bank study. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2), 93–106.
- Suherli, E., Kurniawan, H., Sutopo, J., Pohan, S. U. S., & Sarwono, P. (2025).

Manajemen Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). PT Penerbit Naga Pustaka.

Sürücü, L. (2020). Validity and reliability in quantitative research. *Business & Management Studies: An International Journal*.

Tanujaya, B., Prahmana, R. C. I., & Mumu, J. (2022). Likert scale in social sciences research: Problems and difficulties. *FWU Journal of Social Sciences*, 16(4), 89–101.

Tedja, B., Al Musadieg, M., Kusumawati, A., & Yulianto, E. (2024). Systematic literature review using PRISMA: exploring the influence of service quality and perceived value on satisfaction and intention to continue relationship. *Future Business Journal*, 10(1), 39.

Teresi, J. A., Yu, X., Stewart, A. L., & Hays, R. D. (2022). Guidelines for designing and evaluating feasibility pilot studies. *Medical Care*, 60(1), 95–103.