
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN AROMA MALAJA

¹Muh.Azhari Ramadhan, ²Suhardi M. Anwar, ³Andi Rizkiyah Hasbi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palopo
muh.azhariramadhan12@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Aroma Malaja Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen restoran Aroma Malaja Besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode non-probability sampling adalah 100 responden Metode penelitian memakai metode analisis regresi linier berganda Dengan pengujian ini, kita dapat melihat bagaimana pengaruh variabel bebas ke variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Di Rumah Makan Aroma Malaja, kualitas produk dan distribusi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk ketika pesaing baru dari jenis yang sama mulai memastikan dan menunjukkan bahwa persepsi pelanggan memenuhi harapan.
Katakunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at the Aroma Malaja restaurant. The population of this study were all consumers of the Aroma Malaja restaurant. The sample size used in this study using the non-probability sampling method was 100 respondents. multiple linear regression With this test, we can see how the influence of the independent variables on the dependent variable. The results of this study indicate that product quality has a significant positive effect on customer satisfaction and service quality has a significant positive effect on customer satisfaction. At Aroma Malaja Restaurant, product quality and distribution simultaneously influence customer satisfaction. Improve and maintain product quality when new competitors of the same type begin to ensure and demonstrate that customer perceptions live up to expectations.
Keyword: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Salah satu bisnis yang di gemari saat ini adalah bisnis kuliner. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya rumah makan yang memiliki produk dan pelayanan yang beraneka ragam. Oleh sebab itu, perusahaan perlu membuat strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen serta dapat bertahan dalam kompetisi bisnis. Dengan beberapa hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kualitas produk dapat membuktikan kepuasankonsumen (Puspitasari & Ferdinand, 2018; Maramis, et al, 2018; Ammerinda, 2017).

Rumah Makan Aroma Malaja merupakan salah satu bisnis rumah makan yang ada di desa karang-karang kota palopo. Sesuai dengan namanya, produk yang ditawarkan adalah ikan malaja yang khas dan berbeda dengan ikan lainnya. Kualitas pelayanan juga sangat diperhatikan oleh Rumah Makan Aroma Malaja. Restoran ini memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Staf berkomunikasi dengan konsumen dengan baik, tempatnya bersih, nyaman dan berbagai fasilitas untuk dinikmati konsumen seperti wifi, mushola, toilet dan parker. Purwasih (2018); (Panjaitan & Yuliati 2016); (Muiz, Rachma dan Slamet 2019);

(Rahmadani, Suardana, & Samudra 2019) dapat menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.

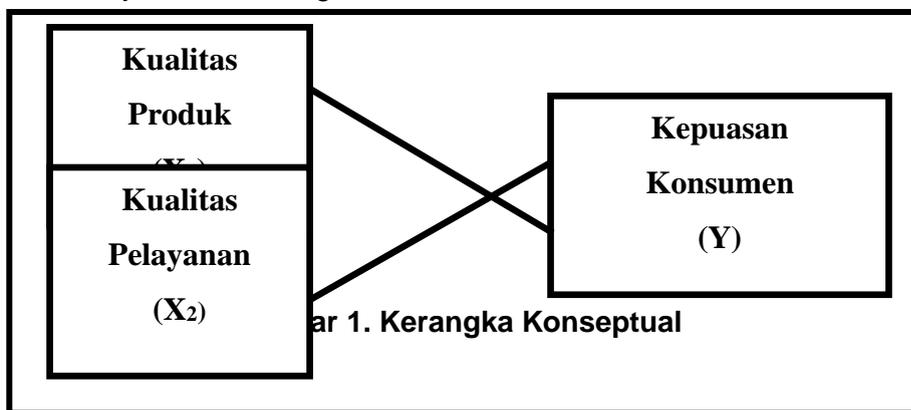
Permasalahan yang sering muncul dalam kaitannya dengan kewirausahaan adalah pemasaran produk yang merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam menjalankan bisnis. Kemampuan pemasaran produk yang baik dapat membantu untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan memperbaiki citra merek. kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan apa yang dia harapkan. Menurut Zeithaml et., al. (2018), menyatakan bahwa kepuasan pada konsumen itu berarti respon dan tanggapan konsumen mengenai pemenuhan keinginan atau kebutuhan.

Kualitas produk adalah salah satu kunci persaingan di antara pemasok komersial yang menawarkan kepada konsumen. selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas berdasarkan harga yang dibayarkan, meskipun sebagian orang beranggapan bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika perusahaan dapat melakukan ini, perusahaan dapat terus menyenangkan konsumen dan kemungkinan dapat meningkatkan jumlah konsumen. Menurut Alfath (2017:14) kualitas produk akan menjadi pertimbangan utama konsumen dalam menentukan pilihan produk.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga perlu diperhatikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan adalah usaha yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan, persyaratan, serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Sukmawati (2017:36. Kualitas pelayanan adalah upaya dalam bentuk kegiatan untuk membantu konsumen memuaskan kebutuhannya. Kualitas pelayanan akan menjadi pilihan konsumen dalam menggunakan produk dan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

LANDASAN TEORI

kerangka konseptual yang diterapkan dalam penelitian ini adalah merumuskan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Aroma Malaja adalah sebagai berikut:



METODE PENELITIAN

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode gabungan. Metode asosiasi bertujuan untuk menemukan hubungan antara dua variabel. Penelitian kuantitatif dengan teknik penelitian asosiasi oportunistik menjelaskan bagaimana pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Variabel dalam penelitian ini meliputi kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari responden melalui kuesioner untuk menjawab pertanyaan tentang kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Sebanyak 100 orang berpartisipasi dalam survei ini. Pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling Pada penelitian ini digunakan uji-t dan uji-f untuk analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Coefficientsa Table 1. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.411	1.758		2.509	.014		
	totalx1	.664	.125	.480	5.333	.000	.826	1.210
	totalx2	.231	.104	.200	2.224	.028	.826	1.210

a. Dependent Variable: totally

Hasil uji t menunjukkan nilai thitung variabel kualitas produk (X1) sebesar 5,333, sedangkan nilai tabel dengan derajat bebas = 100 dan tingkat signifikansi (α) = 5% sebesar 1,660. Nilai thitung kualitas produk (X1) sebesar 5333 > nilai ttabel sebesar 1660 dan taraf signifikansi $p=000 < .0,05$. maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya hipotesis (H1) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan terkadang positif terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima atau dibuktikan.

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai thitung untuk variabel QoS (X2) adalah 2224; Sedangkan nilai tabel memiliki derajat kebebasan = 100. Dengan tingkat signifikansi (α) = 5% sebesar 1,660. Nilai thitung untuk kualitas pelayanan (X2) adalah 2224 > nilai ttabel adalah 1660 dan tingkat signifikansi $p = 028 < ; 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya hipotesis (H2) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima atau terbukti.

ANOVA Table 2. Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104.006	2	52.003	26.186	.000 ^b
	Residual	192.634	97	1.986		
	Total	296.640	99			

b. Predictors: (Constant), totalx2, totalx1

Hasil uji F juga menunjukkan bahwa nilai Fhitung adalah 26,186 sedangkan nilai Ftabel dengan derajat bebas (Df)= $n-k-1=100-2-1=97$ adalah 3,09. Karena nilai $F_h 26,186 > F_t 3,09$ dan tingkat signifikansi nilai $p = 0,000 < ; ; 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya hipotesis 1 (H1), kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dapat diterima atau terbukti.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Maulidah, Widodo dan Zulianto (2019) bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian serupa oleh Diza, Moniharapon, dan Ogi (2016) menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang dijual oleh restoran Aoma Malaja memiliki umur simpan yang baik dan karakteristik produk memenuhi persyaratan. Kualitas produk Restoran Aroma Malaja sesuai dengan penawaran

harga yang ditawarkan, serta desain produk yang menarik juga menggugah minat konsumen untuk membeli, sehingga konsumen merasa puas saat berkunjung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tatangin, Ogi dan Loindong (2017) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian serupa oleh Rabiah (2020) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa Aroma Malaja telah memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen/pengunjung yang berkunjung, hal ini terlihat dari penawaran produk yang bernilai bagi konsumen, staff yang memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta produk yang ditawarkan. Menjamin kualitas seperti yang dikonsumsi oleh konsumen. Karyawan restoran juga handal dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dan cepat tanggap terhadap keluhan atau pesanan konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Tombeng (2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Maramis (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada restoran Aroma Malaja secara bersamaan.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Aroma Malaja.
3. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran Aroma Malaja.

Hasil penelitian ini ada batasannya yaitu meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk ketika muncul pesaing baru sejenis, serta dapat memberikan kepastian dan bukti bahwa persepsi pelanggan sesuai dengan harapan. Perhatian khusus harus diberikan pada upaya kinerja layanan sesuai dengan kecepatan melayani konsumen atau pelanggan, sehingga kualitas layanan dapat dicapai. Pelayanan harus ditingkatkan, terutama terkait dengan kecepatan penanganan keluhan konsumen atau pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Diza, Farah, Silcyljeova Moniharapon, and W. J. Imelda. "Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 4.1 (2016).
- Ibrahim, Malik, and Sitti Marijam Thawil. "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4.1 (2019): 175-182.
- Maramis, Freekley Steyfli, Jantje L. Sepang, and Agus S. Soegoto. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6.3 (2018).
- Mentang, Jonathan JJ, Imelda WJ Ogi, and Reitty L. Samadi. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 9.4 (2021): 680-690.
- Purbasari, Dewi Maharani, and Dewi Laily Purnamasari. "Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap pembelian ulang." *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* 2.1 (2018): 43-54.

- Samarinda, Gunung Kelua. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN NESMILO DI SAMARINDA." (2020).
- Sopiansah, V. A., Riani, D., Khoerudin, C. M., & Maryani, L. (2023). Kemampuan Pemasaran Produk Berbasis Media Sosial Dengan Model Problem Based Learning. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 44-52.
- Tombeng, Brigitte, Ferdy Roring, and Farlane S. Rumokoy. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 7.1 (2019).