

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN MAMI, LAMPUNG)**

**Ahmad Mustofa<sup>1</sup>, Ana Chosiatul Azizah<sup>2</sup>, Agus triono<sup>3</sup>,  
Vicky f sanjaya<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,  
Indonesia

<sup>1</sup>mustofaahmad2003@gmail.com <sup>2</sup>annascompany24@gmail.com <sup>3</sup>peip0681@gmail.com

## **ABSTRACT**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, yaitu: Bukti fisik (tangibles); Reliabilitas (reliability); Daya tanggap (responsiveness); Jaminan (assurance); Empati (emphaty), serta pengaruh kualitas produk yaitu: 1) Performance (kinerja) berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. 2) Durability (daya tahan) terhadap kepuasan pelanggan rumah makan mami Lampung dengan sampel sebanyak 93 orang pelanggan. Sampel dilakukan dengan pengambilan data melalui kuisioner. Analisis data menggunakan analisis PLS yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Keywords:** *Kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan*

## 1. PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan.

Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk dari restoran itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggung jawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan.

Kualitas pelayanan dalam restoran yang diharapkan oleh setiap konsumen adalah memberikan sambutan yang hangat, pemesanan yang efisien, pelayanan yang cepat dan tepat, Komunikasi yang Efektif, Menghargai Privasi dan Kenyamanan.

Selain kualitas pelayanan yang baik, perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan produk - produk yang diminati dan sesuai selera pelanggan. Produk yang berkualitas dapat memberikan dampak positif baik bagi pelanggan maupun bagi perusahaan, dimana pelanggan mendapatkan tingkat kepuasan yang maksimal atas produk yang dibelinya dan perusahaan mengalami peningkatan dalam volume penjualan.

Rumah makan Mami sebagai objek penelitian tugas penulis, dimana pada saat ini kepuasan pelanggan di Rumah makan Mami dirasa kurang optimal sehingga pelanggan merasakan ketidakpuasan. Berdasarkan observasi pra survey kepada 93 responden pelanggan rumah makan mami dengan hasil 80% menanggapi setuju dan 20% tidak setuju bahwa kualitas pelayanan dan produk rumah makan mami yang kurang optimal. Pelayanan yang diberikan oleh Rumah makan mami sangat disayangkan mengingat rumah makan tersebut selalu ramai didatangi pengunjung.

Kotler dan Armstrong (2018: 272) kualitas produk (product quality) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas erat hubungannya dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan nya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya.

Aritonang (2005:2) mengatakan bahwa kepuasan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkan pelanggan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Kemudian harapan itu dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterima pelanggan dengan mengkonsumsi produk itu. Jika harapannya lebih tinggi dari pada kinerja produk, ia akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika harapannya sama dengan atau lebih rendah daripada kinerja produk, ia akan merasa puas. Dalam hal ini ada dua ukuran, yaitu harapan pelanggan yang berfungsi sebagai pembanding atas ukuran dan yang kedua, yaitu kinerja produk.

Berdasarkan pendapat tentang pengertian kepuasan pelanggan di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumerr ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri.

Dengan adanya masalah yang mempengaruhi kredibilitas rumah makan, peneliti memberikan solusi inovasi yaitu:

1. Mengajukan "kesan pesan dan kritik" setelah berkunjung
2. Follow up berkala kepada pelanggan untuk menanyakan beberapa hal yang nantinya akan diperbaiki lagi

Bedasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat diukur dengan pengajuan kesan pesan dan sistem follow up berkala.

## 2. METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan strategi penelitian

asosiatif. Strategi asosiatif adalah suatu metode dalam penelitian suatu objek yang tujuannya untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Strategi ini dipilih dengan tujuan untuk menjelaskan serta menggambarkan hubungan kualitas pelayanan, harga, kepercayaan dengan kepuasan konsumen.

Cara peneliti dalam penelitian ini adalah dengan memberikan kuesioner sebagai data primer untuk dapat diolah sebagai obyek penelitian. Dari kuesioner dapat diteliti hubungan dua variabel atau lebih mengenai hubungan kualitas pelayanan, harga, kepercayaan dengan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi lokasi penelitian untuk mendapatkan informasi, data dan keterangan-keterangan yang berkaitan dengan kepentingan penelitian yaitu bertempat di rumah makan mami

## A. Waktu Penelitian

### 1. Waktu penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya tugas metode penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan. 2 minggu pengumpulan data dan 6 minggu pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk jurnal dan proses bimbingan jurnal berlangsung.

### 2. Tempat penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini di lingkungan sekitar rumah makan mami (objek penelitian) lebih tepatnya di universitas raden intan lampung.

## 3. Jenis dan Cara Pengumpulan Data

### 1. Jenis pengumpulan data

Jenis metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei. Metode penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Metode survei dipilih untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

## 2. Cara pengumpulan Data

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang secara langsung diberikan kepada responden dalam waktu yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data penelitian yang didata dari customer rumah makan mami.

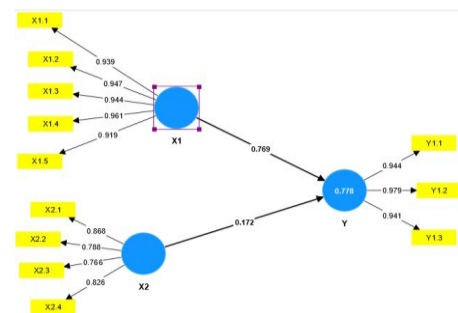
Cara peneliti dalam penelitian ini adalah dengan memberikan kuesioner sebagai data primer untuk dapat diolah sebagai obyek penelitian. Dari kuesioner dapat diteliti hubungan dua variabel atau lebih mengenai hubungan kualitas pelayanan, harga, kepercayaan dengan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi lokasi penelitian untuk mendapatkan informasi, data dan keterangan-keterangan yang berkaitan dengan kepentingan penelitian yaitu bertempat di rumah makan mami

## 4. Analisis Data

Penulisan subjudul Analisis Data menggunakan TMR 11 *bold* dengan huruf kapital pada tiap awal kata, kecuali kata-kata seperti *di*, *ke*, *dari*, *dan*, *yang*, *untuk* dan dengan *spacing before 18* dan *after 6*. Isi Analisis Data ditulis dengan menggunakan Arial ukuran 10 spasi tunggal dengan *spacing before 0* dan *after 6*.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:



### Gambar 1. Uji data smart PLS

hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan kualitas Produk (X2) berpengaruh pada kepuasan pelanggan (Y)

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan pada variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain dapat diartikan bahwa Ketika pelayanan baik maka pembeli akan merasa nyaman dan tertarik untuk membeli lagi

2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan pada variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain dapat diartikan bahwa seperti yang kita ketahui jika kualitas produk yang diberikan semakin berkualitas tentu orang lain akan merasa tertarik dan memungkinkan repeat order

Pembahasannya bisa dilihat melalui Hasil uji variabel menggunakan Smart PLS yang menyatakan:

#### A. Uji Validitas

Uji validitas adalah proses evaluasi instrumen atau alat pengukuran yang dilakukan dengan melibatkan pakar atau ahli di bidang terkait guna menentukan sejauh mana instrumen tersebut dapat secara tepat mengukur apa yang dimaksudkan sesuai dengan tujuan penelitian atau pengukuran yang dilakukan. Melalui pendapat, pengalaman, dan pengetahuan mereka, para ahli memberikan penilaian terhadap kecocokan dan ketepatan instrumen tersebut. Hasil dari uji validitas mengenai variabel pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dinyatakan valid dan sesuai

#### B. Uji Reabilitas

Reabilitas dapat diketahui jika suatu penelitian menunjukkan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Hasil dari uji reabilitas variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

#### C. Uji Hipotesis

Dalam Smartpls pengujian setiap hubungan antar variabel dilakukan dengan menggunakan metode Bootstrapping. Pengujian ini sendiri memiliki tujuan untuk meminimalisir ketidaknormalan data didalam penelitian. Untuk mengetahui pengaruh suatu hubungan antar variabel, dapat dilihat dari nilai t-statistic pada output tabel pengaruh hubungan langsung (path coefficient).

*Hipotesis 1: Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, hasil menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan, pada variabel Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji yang dimana Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan mempunyai nilai original sampel sebesar 0.769 yang berarti memiliki hubungan positif. dan juga memiliki nilai T statistik yaitu sebesar 11.647. Nilai p-values 0,000 kurang dari 0,05<0,05 yang berarti memiliki hubungan signifikan.

*Hipotesis 2 : Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, hasil menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan, pada Kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil uji yang dimana Kualitas Produk terhadap Kepuasan pelanggan mempunyai nilai original sampel sebesar 0.172 yang berarti memiliki hubungan positif. dan juga memiliki nilai T statistik yaitu sebesar 2.176.

Nilai p-values 0,030 kurang dari 0,05 < 0,05 yang berarti memiliki hubungan signifikan.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan Saran Kebijakan menampilkan temuan pokok sesuai dengan tujuan penulisan dan saran alternatif kebijakan. Penulisan kesimpulan dan saran menggunakan TMR 10 *uppercase bold* spasi tunggal dengan *spacing before* 24 dan *after* 18. Kesimpulan dan Implikasi Kebijakan disarankan ditulis dalam alinea-alinea yang utuh, bukan merupakan perincian bernomor.

##### A. Kesimpulan

Hasil nilai dari uji smart pls melalui kuisioner menunjukkan bahwa nilai harapan yang didapatkan secara keseluruhan lebih tinggi bila dibandingkan dengan nilai persepsi. Tingginya seluruh nilai harapan ini mengakibatkan seluruh atribut memiliki nilai gap negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi yang sebenarnya belum sesuai atau belum memenuhi keinginan pelanggan secara maksimal.

Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan

##### B. Saran

Implikasi Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang ada maka peneliti memberikan beberapa saran yang nantinya akan bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Bagi sector bisnis rumah makan untuk dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas dalam pelayanan seperti karyawan yang bersikap ramah, cepat tanggap dan tempat yang selalu bersih untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi sector bisnis rumah makan agar tetap menjaga kualitas produk untuk tetap fresh

dan menjamin rasa tanpa menghilangkan citarasa brand value itu sendiri.

3. Bagi peneliti yang akan datang hendaknya memilih objek dengan populasi yang lebih luas dan beragam dengan variabel bebasnya tetap menggunakan kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga hasilnya bisa lebih memperkuat hasil temuan dan teori terkait variabel tersebut. (Mulyono 2010)Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan variabel lain yang mempengaruhikepuasan pelanggan, agar penelitian selanjutnya dapat mencakup variabel yang lebih luas dan bermanfaat.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Buku

Prof Dr Sugiyono, Notoatmodjo, Widi. 2016. Buku Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Buku Uji Validitas Dan Reliabilitas.

Philip, Kotler, and Gary Armstrong. 2013. "Prinsip- Prinsip Pemasaran." Penerbit Erlangga.

##### Artikel Jurnal

Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2016. "Prinsip- Prinsip Pemasaran, Jilid 1. Edisi Ke-16." Manajemen Pemasaran.

Kotler, P, and G Armstrong. 2008. "Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12." Jakarta: Erlangga.

##### Artikel Jurnal Online

Mu'tashim, Mush'ab Ihsan, and Alim Setiawan Slamet. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop Di Kota Bogor)." Jurnal Manajemen dan Organisasi 10(2): 118–32.

Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multi-Item Scale for Measuring Customer Perception of Service Quality." Journal of Retailing.

Kusuma Wardani, N . L. 2018. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ANGKRINGAN SEPANJANG JALAN BARU KOTA PONOROGO." IAIN PONOROGO