

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIE AYAM GOLEK
TEGAR LAHAT**

***EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER SATISFACTION IN MIE AYAM GOLEK TEGAR LAHAT***

¹Hayani, ²Tri Rusilawati Kasisariah

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Serelo Lahat

Hayanirolani1010@gmail.com

Jalan Taman Ribang Kemambang Bandar Agung, Bandar Jaya, Kec. Lahat Kabupaten
Lahat, Sumatera Selatan - 31414

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen mie ayam golek tegar Lahat, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen mie ayam golek tegar Lahat, dan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen mie ayam golek tegar Lahat. Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan rancangan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen mie ayam golek tegar Lahat. Sampel penelitian ini adalah sebagai konsumen mie ayam golek tegar Lahat di Kab. Lahat yang berjumlah 60 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian dengan taraf signifikansi 5% menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality on customer satisfaction of mie ayam golek tegar Lahat the quality of service on customer satisfaction of mie ayam golek tegar Lahat, and the effect of product quality and service quality on customer satisfaction of mie ayam golek tegar Lahat. This research is a survey research with an associative design. The population in this study were all consumers of mie ayam golek tegar Lahat. The sample of this research is most consumers of mie ayam golek tegar Lahat in Kab. Lahat, amounting to 60 people. Data collection using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used in this study is multiple regression analysis. The results of the study with a significance level of 5% found that product quality has a positive effect on customer satisfaction, service quality has a positive effect on customer satisfaction and product quality and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Customer Sastisfaction.*

PENDAHULUAN

Produk atau jasa yang bersaing dalam suatu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Seiring makin banyaknya aktivitas diluar rumah yang sangat bervariasi oleh manusia. Salah satu dampak penting adalah pemenuhan kebutuhan pangan yang sangat banyak untuk memenuhi konsumsi penduduk. Persaingan dimana perusahaan mengedepankan keunggulan masing-masing dan berusaha untuk memuaskan pelanggan, salah satunya yaitu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner. Bisnis yang berkembang di kota ini sangat beragam, melauui dari bisnis makanan (kuliner), pakaian (konvensi), kerajinan hingga bisnis perbankan. Menurut Sofian Assauri (2018:15) menyatakan definisi pemasaran adalah proses manajemen yang bertanggung jawab dalam mengidentifikasi, mengantifikasi dan memuaskan keinginan konsumen namun tetap kondisi menguntungkan.

Nasution dalam Rusydi (2017:39) “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen.

Kualitas pelayanan dalam pengertian tersebut menjelaskan bahwa yang dijunjung tinggi oleh konsumen dinilai dari bagaimana perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya, karena dengan pelayanan tersebut seorang konsumen dapat menilai dan memberikan sebuah kepuasan untuk tetap bertahan atau mencari yang lebih baik lagi”.

Menurut Lupiyoadi (2016:43) kualitas produk adalah salah satu factor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Oleh karna itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global Restoran tidak hanya sekedar menyediakan makanan, tetapi suasana yang nyaman, cita rasa yang enak atau tempat berekreasi. Berdasarkan pengamatan menunjukan bahwa Mie ayam golek tegar Lahat merupakan rumah makan yang telah memberikan pelayanan yang baik. Dengan cara mendisain sajian menu yang menarik yang berbeda dengan menu rumah makan lainnya. Mie ayam golek tegar lahat adalah sebuah industri yang bergerak

dalam bidang kuliner restoran.

Lokasi tidak jauh dengan kota Lahat dan muda dijangkau oleh masyarakat. Mie ayam golek tegar Lahat berada di jalan komplek griya lematang asri Tanjung Payang. Mie ayam golek tegar berupaya menyajikan menu-menu yang sesuai dengan karakteristik konsumen baik dari segi rasa, macam jenis, porsi maupun harga.

Hal ini juga disadari oleh Mie ayam golek tegar Lahat yang memberikan pelayanan yang dituntut secara terus-menerus untuk kian meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan. Berdasarkan uraian diatas maka penulis ingin melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Maka-nan Terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Ayam Golek Tegar Lahat”

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian asosiatif kualitatif. Menurut Sugiyono (2017:78) penelitian asosiatif/kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua

variabel atau lebih. Penelitian ini membahas pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan makanan terhadap kepuasan konsumen di Mie ayam golek tegar Lahat.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono, (2012:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen mie ayam golek tegar yang berjumlah 150 orang dalam 3 bulan.

Sampel

Sugiyono (2016:67) Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Insidental Sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Berdasarkan hasil dari perhitungan dengan tehnik slovin diperoleh jumlah sampel sebanyak 60 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah pengujian analisis yang digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila ada satu variabel independen sebagai prediktor dinaik turunkan nilainya. Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada hasil SPSS dibawah ini:

Tabel 1. Uji Regresi Berganda

Model	<i>Coefficients^a</i>		
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
	B	<i>Std. Error</i>	Beta
1 (Constant)	.933	3.507	
Kualitas Produk	.562	.070	.595
Kualitas Pelayanan	.460	.080	.426

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah

Dari tabel di atas, hasil perhitungan variabel bebas dapat disusun dalam suatu model berikut regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,933 + 0,562 X_1 + 0,460 X_2 + e$$

Hasil dari persamaan analisis tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai constant (Y) sebesar 0,933 artinya jika variabel kualitas produk (X_1) dan variabel kualitas pelayanan (X_2) bernilai 0 (nol), maka nilai variabel kepuasan konsumen (Y) akan berada pada angka 0,933.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (r^2) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel bebas (kualitas pelayanan dan kualitas

produk) akan diikuti oleh variabel terikat (kepuasan konsumen) pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai r square (r^2). Nilai

Adjusted r^2 dapat dilihat pada tabel hasil SPSS berikut ini:

Tabel 2. Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary^b</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.732	.723	2.47006

a. *Predictors: (Constant)*, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. *Dependent Variable: Kepuasan Konsumen*

Sumber: Data diolah tahun 2023

Besarnya nilai koefisien determinasi (r^2) berdasarkan tabel 4.18 sebesar 0,732. Artinya kontribusi variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan variabel kualitas pelayanan dengan kontribusi sebesar 72,3 %, sedangkan sisanya sebesar 27,7 % dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti variabel citra merek, varian

produk, harga, promosi, variasi produk, kemasan dan lain-lain.

Uji T

Uji statistik t dengan nilai alpha sebesar 5% (0,05). Jika nilai signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima. Jika signifikansi > 0,05 maka H_0 diterima H_a ditolak. Berikut ini ditampilkan hasil dari uji hipotesis secara parsial:

Tabel 3. Uji T

Coefficient^a		
Model	T	Sig.
1 (Constant)	4.266	.000
Kualitas Produk	8.000	.000
Kualitas Pelayanan	5.733	.000

a. *Dependent Variable: Kepuasan Konsumen*

Sumber: Data diolah tahun 2023

Nilai t tabel dengan tingkat signifikan 5 % dan *degrees of freedom* (df) dengan dk pembilang 3 dan dk penyebut 60, maka t tabel adalah 2,003. Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

Hipotesis penelitian:

$H_0 : b_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_a : b_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji F

Nilai F hitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data yang menggunakan SPSS pada tabel berikut:

Tabel 4. Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	952.164	2	476.082	78.031	.000 ^a
Residual	347.770	57	6.101		
Total	1299.933	59			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah tahun 2023

Uji hipotesis simultan dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Nilai F hitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian ANOVA. Nilai F tabel dengan tingkat signifikan 5% dan dk pembilang 3 dan dk penyebut 60 adalah sebesar 2,76. Langkah-langkah untuk pengujian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis penelitian:

$H_0 : b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_a : b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk(X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

KESIMPULAN

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat berdasarkan pembahasan diatas bahwa hipotesis pertama atau H1 dalam penelitian ini diterima Maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara bersama-sama variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara keseluruhan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Besarnya nilai koefisien determinasi (r^2) berdasarkan tabel pengolahan data a. dari SPSS artinya pengaruhnya variabel kepuasan konsumen. Dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk sedangkan dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Berdasarkan pengolahan data SPSS nilai F tabel dengan tingkat signifikan dan *degrees of freedom* (df). Dari hasil uji hipotesis pada penelitian maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak, H_a diterima, artinya secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk secara keseluruhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen

Mie ayam golek tegar Lahat.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2016. "*Manajemen Bisnis dan Pemasaran*". PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bambang. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo. Jakarta
- Gudono. 2015. *Teori Organisasi*. Pensil Press. Sleman.
- Imam Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5"*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang. Semarang.
- Kotler, Philip. 2015. *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid Satu*. PT. Prehalindo. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong, 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi* : PT.Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mursid, Muhamad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nugroho J Setiadi. 2016. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran*. Prenada Media. Jakarta

Pradana JakaPurnama. 2011. Skripsi,
*Analisis Pengaruh Produk,
Harga, dan Lokasi Terhadap
Keputusan Pembelian pada
Toko Murah di Sukoharjo.*
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta.

Rifki Khoirun Nizar. 2011. Jurnal,
*Analisis Pengaruh Harga,
Kualitas Layanan, dan
Lokasi Terhadap Keputusan
Pembelian Minyak Tanah
Non Subsidi pada pangkalan
minyak tanah di jalan GOR
No 129 Kudus.* Univeristas
Muhammadiyah Kudus.

Ritongga, dkk. 2016. *Pelajaran
Ekonomi Dua.* Erlangga.
Jakarta.

Septhani R.Larosa. 2011. Jurnal,
*Analisis Pengaruh Harga,
dan Lokasi Terhadap
Keputusan Pembelian pada
Warung Makan di Sekitar
Simpang Lima Semarang.*
Universitas Semarang.

Sigit, S. 2017. *Pemasaran Praktis.*
Edisi ke-3, cetak ke-2.
BPFE Yogyakarta.

Stanton, William J. 2015. *Prinsip
Pemasaran.* Erlangga.
Jakarta.

Sugiyono. 2016. *“Metode
Penelitian
Kuantitatif dan Kualitatif
dan R & D”.* Alfabeta.
Bandung.