

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN “MASALAH”

I Gede Putu Kenny Alvian

International Business Management, Universitas Ciputra
E-mail: igede05@student.ciputra.ac.id

Abstract: Balinese cuisine has a characteristic by combining spices such as onion, garlic, lime, ginger, turmeric, chilli, galangal, sugar and coriander, these ingredients are processed and combined into one and become special Balinese spice, this spice can be used in various types of Balinese recipes such as "babu guling", "betutu" chicken, jackfruit vegetable, chicken satay wrap, and pork satay. The purpose of this research to find out on whether product quality and service quality significantly influence consumer satisfaction. This research use quantitative method and multiple linear regression technique processed by SPSS software with the total sample of 59 respondents who have ever purchase "MASALAH" product, distributing questionnaires through Google Form with 22 question items, assessments using Likert scale of 1-5. The results of this research indicate that product quality and service quality variables influence significant on consumer satisfaction.

Key Word : Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

Abstrak: Kuliner Bali memiliki ciri khas dengan menggabungkan rempah-rempah seperti bawang merah, bawang putih, jeruk nipis, jahe, kunyit, cabe, lengkuas, kencur, kemiri, gula bali dan ketumbar, bahan-bahan tersebut diolah dan digabungkan menjadi satu dan jadilah bumbu khas bali, bumbu ini dapat digunakan diberbagai macam resep masakan ciri khas Bali seperti babi guling, ayam betutu, sayur nangka, sate lilit ayam, dan sate babi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teknik regresi linier berganda yang diolah dengan software SPSS dengan sampel berjumlah 58 responden yang pernah membeli produk “MASALAH”, penyebaran kuesioner melalui Google Form dengan item pertanyaan sebanyak 22, penilaian menggunakan skala likert 1-5. Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri sektor makanan dan minuman di Indonesia sangat diminati oleh para investor. Hal ini disebabkan sektor makanan dan minuman merupakan sektor yang dapat menopang tumbuhnya perekonomian Indonesia, hal ini terjadi karena Indonesia mempunyai beragam budaya, salah satunya adalah makanan khas Indonesia. Selain itu makanan dan minuman menjadi kebutuhan pokok, setiap manusia membutuhkan makanan dan minuman untuk bertahan hidup.

Industri makanan dan minuman sampai saat ini perkembangannya selalu baik atau positif, hal ini didukung dari data Kementerian Perindustrian yang mencatat pertumbuhan di bidang makanan dan minuman sepanjang tahun 2018 mampu tumbuh sebesar 7,91 persen yang artinya melewati pertumbuhan ekonomi nasional yang berada di titik 5,17 persen. (Kementerian Perindustrian RI, 2019 diakses pada 28 September 2019). Hal pendukung lainnya, pada tahun 2019 Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto mengatakan akan ada penanaman modal baru sebesar 79 triliun membuat industri sektor makanan dan minuman akan tumbuh sebesar 9 persen pada tahun 2019.

(Bisnis.Tempo.co diakses pada 28 September 2019)bisnis.tempo.co diakses pada 28 September 2019).

penjualan “MASALAH” masih belum stabil dan memiliki kecenderungan menurun bahkan tidak mencapai target yang sudah disepakati bersama. Perusahaan melakukan Pra survey yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner Google Form kepada 33 responden yang merupakan customer “MASALAH” dengan pertanyaan mengenai kepuasan konsumen, kritik dan saran konsumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam membeli produk.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk “MASALAH” berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan “MASALAH” berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” atau sebuah kesanggupan suatu produk berfungsi sebagaimana mestinya untuk memenuhi kebutuhan. Hal-hal yang menjadi ukuran atau dimensi adalah reliabilitas, ketepatan, durabilitas, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk. Kualitas produk merupakan salah satu hal yang diperhatikan oleh pemasar untuk melakukan positioning. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (Kotler & Armstrong, 2012:283; Yafie et al. 2016).

Untuk mengukur kualitas produk pada makanan terdapat indikator-indikator yang dapat dilihat yaitu freshness (kesegaran), presentation (tampilan), taste (rasa), dan innovative food (innovasi makanan).

1. Kesegaran adalah faktor kualitas yang perlu diutamakan oleh perusahaan makanan agar dapat melayani pelanggan mereka dengan baik.
2. Tampilan adalah bagaimana penyajian makanan tersebut terlihat menarik. Makanan yang dihias rapi akan menimbulkan rangsangan kualitas dari pelanggan.
3. Rasa dapat dirasakan atau muncul dari makanan itu sendiri. Setiap individu memiliki indra pengecap yang berbeda-beda tergantung pada persepsi individu tersebut dan faktor budaya dapat mempengaruhi indra perasa.
4. Inovasi makanan merupakan tindakan inovasi atau mengembangkan makanan tersebut seperti menambah rasa, dan membuat bentuk yang unik.

Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai jasa pelayanan perusahaan berikan, konsumen dapat membandingkan dengan apa yang konsumen harapkan dan kenyataan yang didapat atau diterima oleh konsumen. (Lupiyoadi, 2013; Himawan, 2017)

Terdapat lima indikator yang menjadi alat ukur kualitas layanan menurut (Tjiptono 2012; Himawan, 2017) yaitu sebagai berikut :

1. Reliabilitas, integitas sebuah perusahaan sesuai dengan yang dijanjikan sejak pertama kali.
2. Daya Tanggap, kemampuan perusahaan untuk bersedia memberi bantuan dan menanggapi permintaan konsumen.
3. Jaminan, kemampuan karyawan atau staff untuk mengetahui informasi yang terkait tentang perusahaan kepada pelanggan. hal ini untuk meningkatkan kepercayaan dan meyakini pelanggan.
4. Empati, kemampuan perusahaan dalam memahami permasalahan atau keluhan pelanggan dan

- dapat memberikan perhatian personal kepada pelanggan agar pelanggan merasa lebih nyaman.
5. Bukti fisik, bukti bahwa perusahaan itu memiliki fasilitas layanan perlengkapan, produk, sumber daya manusia yang nyata.

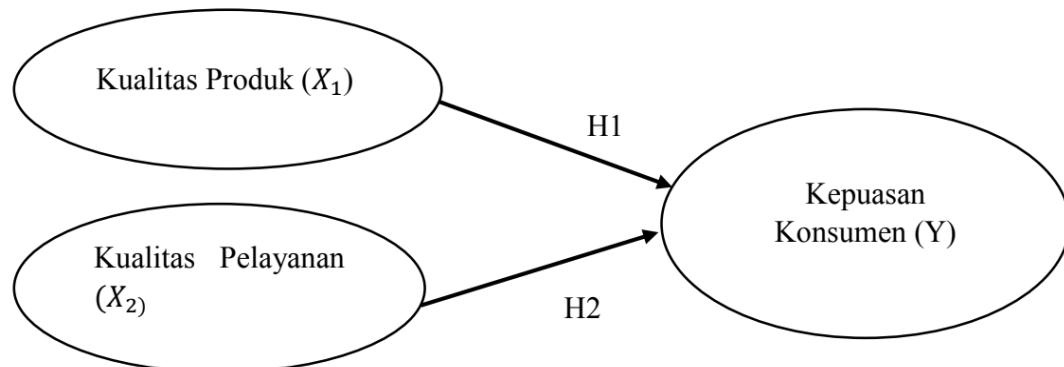
Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan pengalaman kepuasan yang didapat pelanggan setelah membeli produk atau jasa. Pelanggan dapat membandingkan hasil atau kinerja produk dengan produk lainnya, apakah melebihi ekspektasi atau harapan konsumen. Apabila kemampuan produk berkerja melebihi ekspektasi konsumen dapat diartikan konsumen terpuaskan dan begitu juga sebaliknya bila produk tidak sesuai harapan dapat dikatakan konsumen kurang terpuaskan. (Kotler & Keller, 2012:46; Ogi et al. 2016).

Dalam jurnal yang ditekuni oleh Hawkins dan Lonney; Tjiptono, 2004:101; Maimunah & Sardjono, 2019 terdapat tiga indikator kepuasan konsumen yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain :

1. Kesesuaian dengan harapan konsumen.
2. Minat konsumen untuk berkunjung kembali.
3. Kesediaan konsumen untuk merekomendasikan pada konsumen lainnya.

MODEL ANALISIS



Gambar 1. Rerangka konseptual
Sumber : Data diolah peneliti (2019)

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menganalisis data menggunakan statistik. Metode kuantitatif dimanfaatkan untuk meneliti suatu populasi dan sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan data instrumen yang bersifat statistik. Bertujuan untuk menguji hipotesis yang diteliti. (Sugiyono (2015 : 13).

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi ialah wilayah yang telah ditetapkan oleh peneliti dan terdiri atas objek yang mempunyai karakteristik khusus yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2015:117). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini mengambil seluruh pelanggan "MASALAH" yang berjumlah 59 orang konsumen. Lampiran 3.1 menunjukkan populasi customer "MASALAH"

Menurut Sugiyono (2015:118) Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah yang didapat dari suatu populasi tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel sampling jenuh no probability semua anggota populasi dijadikan sampel yaitu berjumlah 58 orang konsumen “MASALAH” (Sugiyono, 2015:125)

Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif disimpulkan dengan angka statistik, dan dianalisis dengan menggunakan analisis statistika. Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini didapat dari penyebaran instrumen kepada konsumen “MASALAH”. Instrumen penelitian tersebut berisi pertanyaan yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas layanan dan serta berkaitan dengan kepuasan konsumen. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert.

Kemudian data sekunder yang diperoleh melalui dokumen, catatan seperti buku, laporan, makalah, dan lain sebagainya. Sumber data penelitian ini diperoleh dari jurnal, buku stastistik, dan situs badan ekonomi kreatif.

Metode Analisis

Metode analisis regresi linier berganda menjadi analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode menggunakan program software SPSS. Menurut Priyatno (2014;148) analisis linier berganda adalah analisis untuk mengetahui pengaruh hipotesis atau mengetahui hubungan secara searah antara dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Uji asumsi klasik juga dilakukan untuk mencegah hasil penelitian agar tidak bias dan untuk melihat apakah adanya potensi multikolinieritas, heteroskedastis normalitas residual pada model regresi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian validitas ini menunjukkan nilai semua item kuesioner sebesar 0,00 yang artinya lebih kecil dari angka 0,05 dapat diartikan valid. Dan untuk uji reliabilitas hasil Cronbach's Alpha untuk variabel X1 sebesar 0,733, untuk X2 sebesar 0,819 dan pada variabel dependen (Y) sebesar 0,659 semua item kuesioner dinyatakan reliabel dikarenakan nilai Cronbach's Alpha setiap variabel lebih besar dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Nilai Asymp Sig (2-tailed) sebesar 0,200 yang artinya penyebaran data pada penelitian ini telah berdistribusi normal karena $>0,05$.

2. Uji Multikolinieritas

Hasil VIF pada kualitas produk (X1) sebesar 1,503 dan kualitas pelayanan (X2) sebesar 1,503, yang artinya pada penelitian ini bebas multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Hasil signifikansi kualitas produk (X1) sebesar 0,164 dan untuk hasil signifikansi kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,421, yang artinya tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Formulasi dari regresi liniear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 0,261 + 0,350 X_1 + 0,606 X_2$$

Keterangan:

Y : Variabel Kepuasan Konsumen

α : Konstanta

X1 : Variabel Kualitas Produk

β_1 : Koefisien regresi variabel Kualitas Produk

X2 : Variabel Kualitas Layanan

β_2 : Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan

ϵ : Residual (variabel bebas lain selain yang ada dalam penelitian ini)

nilai konstanta (a) sebesar 0,261 yang artinya jika kualitas produk dan kualitas layanan bernilai 0 maka dapat disimpulkan memiliki hubungan yang searah. nilai beta pada variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,350 dan variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,606.

Uji Signifikansi Simultan (F)

hasil signifikansi sebesar 0,000 dapat diartikan semua variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Uji Signifikansi Parsial (t)

1. Variabel Kualitas Produk (X1)

Hasil signifikansi pada variabel kualitas produk sebesar 0,07, dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

2. Variabel Kualitas pelayanan (X2)

Hasil signifikansi pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,00 Dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R^2)

Nilai R sebesar 0,735 mendekati angka 1 yang artinya variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat. Dan nilai R^2 menunjukan nilai 0,570 artinya sebesar 57,0% kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Variabel kualitas produk (X1) secara parsial atau individu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut memperlihatkan bahwa kualitas produk "MASALAH" perlu ditingkatkan agar penjualan meningkat.
2. Pada variabel kualitas pelayanan (X2) secara parsial atau individu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan "MASALAH" perlu ditingkatkan agar penjualan meningkat.

Saran

1.Bagi perusahaan

Perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk dengan cara membuat standarisasi produk dan meningkatkan kualitas layanan dengan cara meningkatkan pengetahuan staff tentang pelayanan.

2.Bagi peneliti berikutnya :

Peneliti berikutnya diharapkan untuk menambah variabel lainnya seperti Harga, Emosi, dan Biaya agar hasil dari penelitian selanjutnya dapat menghasilkan penelitian kepuasan konsumen yang lebih baik.

Keterbatasan

Peneliti hanya membahas seputar Kualitas Produk dan Kualitas Layanan pada perusahaan "MASALAH".

REFERENSI

- Anggraeni, D., & Kumadji, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Bilgies, A. F. (2017). Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1), 78–90. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i1.7>
- Bisnis.Tempo.co. (2019). Menperin: 2019, Industri Makanan Minuman Bakal Tumbuh 9 Persen. Retrieved from Tempo.co website: <https://bisnis.tempo.co/read/1197530/menperin-2019-industri-makanan-minuman-bakal-tumbuh-9-persen>
- Anggraeni, D., & Kumadji, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Bilgies, A. F. (2017). Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1), 78–90. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i1.7>
- Bisnis.Tempo.co. (2019). Menperin: 2019, Industri Makanan Minuman Bakal Tumbuh 9 Persen. Retrieved from Tempo.co website: <https://bisnis.tempo.co/read/1197530/menperin-2019-industri-makanan-minuman-bakal-tumbuh-9-persen>
- Kang, B.-S., Cho, C.-H., & Baek, J.-D. (2018). The Effects of Service Quality on Customer Satisfaction in Case of Dissatisfied Customers. *Journal of Development and Administrative Studies*, 24(1–2), 1–16. <https://doi.org/10.3126/jodas.v24i1-2.19663>
- Kementerian Perindustrian RI, R. I. (2019). Analisis Perkembangan Industri Edisi I - 2019 .pdf.
- Loindong, S., & Moha, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 575–584.

LAMPIRAN

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	a. Laki-laki	34	57,6%
	b. Perempuan	25	42,4%
2	Usia		
	a. 17 - 25 tahun	57	96,6%
	b. 26 - 35 tahun	2	3,4%
	c. > 35 tahun	0	0%
3	Pekerjaan		
	a. Pelajar/ Mahasiswa	54	91,5%
	b. Wiraswasta	2	3,4%
	c. PNS	0	0%
	d. Pegawai Swasta	3	5,1%

Sumber : Data diolah peneliti (2019)

Tabel 2. Hasil pengujian reliabilitas

Kualitas Produk	
Cronbach's Alpha	Keterangan
0,733	Reliabel
Kualitas Pelayanan	
Cronbach's Alpha	Keterangan
0,819	Reliabel
Kepuasan Konsumen	
Cronbach's Alpha	Keterangan
0,659	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti (2019)

Tabel 3. ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.010	2	3.505	37.142
	Residual	5.284	56	.094	
	Total	12.294	58		

Uji Regresi linier Berganda

Tabel 4. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	.261	.496		.526	.601		
Kualitas Produk (x1)	.350	.125	.301	2.799	.007	.665	1.503
Kualitas Layanan (x2)	.606	.120	.540	5.028	.000	.665	1.503

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (y)

Tabel 5. Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)
.200 ^{c,d}

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.665	1.503	Bebas Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X2)	0.665	1.503	Bebas Multikolinieritas

Tabel 7. Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	0,164	Tidak Terjadi Masalah Heterokedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,421	Tidak Terjadi Masalah Heterokedastisitas

Tabel 8. Linieritas

Variabel	Sig. Linierity	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)*Kualitas Produk (X1)	0.000	Memiliki Hubungan yang Linier
Kepuasan Konsumen (Y)*Kualitas Pelayanan (X2)	0.000	Memiliki Hubungan yang Linier