

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Makan Lemak Citra Samarinda

Muhammad Chaidir

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara

Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda

[E-mail: mohammedhaydier@gmail.com](mailto:mohammedhaydier@gmail.com)

Abstrak

Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 98 responden yang merupakan konsumen Warung Makan Lemak Citra Samarinda dengan menggunakan sampel *non-probabilitas* yaitu metode *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian juga menunjukkan kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Warung Makan Lemak Citra Samarinda terus berupaya menjaga kualitas produk dan pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk tersebut.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen.

Pendahuluan

Di masa globalisasi ini persaingan di bidang bisnis terbilang sangat ketat. Bisnis berkembang bersamaan dengan pergantian teknologi serta budaya (Jane, 2019). Pertumbuhan dunia bisnis sejalan dengan perubahan dan kompleksitas kebutuhan konsumen (Kraus et al., 2021). Untuk mencapai bisnis yang kompetitif, para pelaku bisnis wajib menawarkan promosi yang tepat sasaran. Hal ini juga didukung dengan pelayanan yang berstandar. Pemahaman para pelaku bisnis terhadap karakteristik target pasar ataupun konsumen yang hendak dilayani merupakan perihal yang sangat penting (Makrides et al., 2020).

Bagi pelaku bisnis, sangat penting mengetahui tentang kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini berkaitan dengan pemenuhankepuasan konsumen serta mencapai tujuan perusahaan secara optimal (Yanuar, 2017). Tingkat kepuasan

konsumen terhadap suatu produk dapat dinilai berhasil apabila dapat memenuhi keinginan konsumen, dan akan menjadi gagal apabila tidak dapat memenuhi keinginan dari konsumen itu sendiri (Darmawan & Grenier, 2021).

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan barang untuk memberikan hasil dan kinerja yang setara bahkan bisa melebihi dari yang diinginkan pelanggan (Syafarudin, 2021). Oleh karena itu kepuasan konsumen merupakan nilai penting terhadap suatu jasa atau produk yang ditawarkan. Sedangkan kualitas pelayanan berarti setiap aktivitas yang bisa ditawarkan atau diberikan pada satu pihak kepada pihak lain (Uzir et al., 2021). Kualitas pelayanan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun (Mulyani et al., 2020). Pelayanan yang baik salah satu strategi yang bagus untuk menarik banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen, menjauhi berpindahnya konsumen serta menghasilkan keunggulan yang berbeda.

Pelaku bisnis yang mengutamakan mutu pelayanan dapat meraih kepuasan konsumen. Harapan konsumen ialah salah satu aspek yang berarti, disebabkan mutu pelayanan yang baik bisa membagikan sesuatu keunggulan buat kepuasan konsumen. Terdapat mutu pelayanan yang telah diberikan dengan secara tidak langsung yaitu kepuasan konsumen sudah terwujud.

Di Samarinda mempunyai banyak sekali pilihan rumah makan yang sama sehingga konsumen memiliki potensi besar untuk menentukan pilihan. Pelaku usaha rumah makan harus menyadari bahwa keberadaan dari konsumen merupakan faktor pendukung untuk kesuksesan perusahaan. Warung Lemak adalah usaha kuliner yang menyajikan makanan yaitu nasi sate taichan, nasi ayam lemak, nasi ayam pedas balado, nasi cumi asam manis pedas, nasi ayam suwir semur kecap, nasi sate taichan sambal matah. yang berlokasi di Kota Samarinda jalan Aga Khan Award Blok B Citra niaga yang memiliki fasilitas yang nyaman dan banyak pengunjung berdatangan kesana untuk menikmati makananya salah satu contoh seperti nasi ayam pedas balado dan nasi cumi asam manis pedas yang menjadi makanan rekomendasi terbaik yang memiliki rasa yang gurih.

Tabel 1 menunjukkan jumlah penjualan Warung Lemak Citra Samarinda selama tahun 2020 mengalami ketidakstabilan penjualan. Ketidakstabilan ini terjadi karena kualitas produk serta pelayanan yang diberikan masih kurang, seperti kualitas produk yang tidak memiliki konsistensi terhadap rasa serta lambatnya pelayanan terhadap pesanan *online* dari Warung Lemak Citra Samarinda. Berikut tabel jumlah penjualan Warung Lemak Citra Samarinda selama periode tahun 2020.

Dengan fenomena ini manajemen Warung Lemak Citra seharusnya bisa meyakinkan konsumen, agar bisa kembali ke Warung Lemak Citra dan dapat meningkatkan penjualan kedepannya. Sehingga penulis dapat merumuskan hipotesis, yaitu; 1.) Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Warung Lemak Citra Samarinda; 2.) Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Warung Lemak Citra Samarinda; 3.) Kualitas produk dan kualitas

pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Lemak Citra.

Tabel 1. Jumlah pelanggan Warung Makan Lemak Citra 2020

No	Bulan	Jumlah Penjualan
1	Januari	1.950
2	Februari	3.100
3	Maret	3.480
4	April	2.915
5	Mei	2.400
6	Juni	2.263
7	Juli	4.350
8	Agustus	4.092
9	September	3.875
10	Oktober	2.100
11	November	2.635
12	Desember	1.860

Sumber: Warung Lemak Citra Samarinda, 2020

Metode

Jenis metode yang digunakan merupakan riset uraian (*explanatory research*) dengan memakai pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan cara yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan buat mempelajari pada populasi ataupun ilustrasi tertentu, pengumpulan informasi memakai instrumen riset, analisis informasi bersifat kuantitatif statistik, dengan bertujuan menguji hipotesis yang ditetapkan (Agustianti et al., 2022). Populasi yang dijadikan sumber data penelitian adalah pelanggan Warung Lemak Citra Samarinda yang pernah berkunjung langsung ke Citra Niaga, Jl. Aga Khan Award Blok B 40. Untuk menentukan jumlah sampel yang dapat menggunakan rumus lemeshow menurut, yaitu :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Hasil yang diperoleh merupakan hasil jumlah sampel minimal yang diperlukan pada penelitian ini adalah 100 responden. Dalam riset ini memakai skala Likert dengan 4 interval (*a four-point likert scale*). Skala likert ialah penjumlahan perilaku responden dalam merespon statment yang berkaitan dengan indikator-indikator variabel yang lagi diukur (Syofian, 2015). Analisis linear berganda digunakan buat mengecek kuatnya ikatan antara variabel beban dengan variabel terikat (Nuel, 2015). Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan buat

mengenalinya terdapat ataupun tidaknya ikatan antara variabel kualitas produk (X1) serta Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Lemak.

Bersumber pada hasil pengolahan informasi SPSS meyakinkan kalau mutu produk secara parsial mempengaruhi signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil riset ini sejalan dengan riset lebih dahulu yang dilakukan oleh Haryono & Octavia (2020) yang melaporkan kalau Mutu Produk mempengaruhi signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Mutu produk mempengaruhi terhadap Kepuasan Konsumen sebab bila seseorang konsumen membeli suatu produk dengan mutu yang baik serta melebihi ekspektasi hingga hendak membuat konsumen merasa puas.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Lemak.

Bersumber pada hasil pengolahan informasi SPSS meyakinkan kalau Mutu Pelayanan secara parsial mempengaruhi signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil riset ini sejalan dengan Winarni (2022) yang menyebutkan bahwa mutu pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Mutu Pelayanan mempengaruhi signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sebab bila suatu industri penyedia jasa menawarkan pelayanan dengan mutu yang baik serta melebihi harapan dari konsumen hingga konsumen hendak merasa puas serta rasa puas dari konsumen tersebut bisa dijadikan nilai tambah buat industri serta jadi pengalaman yang menarik untuk konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Lemak.

Bersumber dari hasil pengolahan informasi SPSS meyakinkan kalau Mutu Produk serta Mutu Pelayanan secara simultan mempengaruhi signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil ini sejalan dengan riset yang dicoba oleh Cahyadi & Telagawathi (2021). Kepuasan konsumen merupakan penilaian purna beli, di mana anggapan terhadap kinerja alternatif produk serta jasa yang diseleksi penuh ataupun melampaui harapan saat sebelum melakukan pembelian (Mazhar et al., 2022). Mutu Produk serta Mutu Pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebab konsumen pada Warung Lemak sudah merasakan kepuasan dari mutu produk serta mutu pelayanan yang ditawarkan, konsumen merasakan pengalaman yang baik sehabis mendatangi Warung Lemak tidak cuma itu konsumen pula memberikan kesan positif dan merekomendasikan kepada orang lain buat makan di Warung Lemak Citra.

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi (R)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,746 ^a	,556	,547	3,603

a. Predictors: (Constant), X2_KualitasPelayanan, X1_KualitasProduk
 b. Dependent Variable: Y_KepuasanKonsumen

Sumber: Data diolah 2023

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Warung Lemak Citra Niaga, dapat disimpulkan sebagai berikut; 1.) Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Lemak; 2.) Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Lemak; 3.) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Lemak.

Daftar Pustaka

- Agustianti, R., Nussifera, L., Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., Simarmata, N., Himawan, I. S., Pawan, E., & Ikhran, F. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Tohar Media.
- Cahyadi, I. M. W., & Telagawathi, N. L. W. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kain Endek di Kabupaten Buleleng. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 172–177.
- Darmawan, D., & Grenier, E. (2021). Competitive Advantage and Service Marketing Mix. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 1(2), 75–80.
- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan mutu layanan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 4(2).
- Jane, B. (2019). *Business in Context: An Introduction to Business an its Environment*. Cengage Learning, Inc.
- Kraus, S., Jones, P., Kailer, N., Weinmann, A., Chaparro-Banegas, N., & Roig-Tierno, N. (2021). Digital transformation: An overview of the current state of the art of research. *Sage Open*, 11(3), 21582440211047576.
- Makrides, A., Vrontis, D., & Christofi, M. (2020). The gold rush of digital marketing: assessing prospects of building brand awareness overseas. *Business Perspectives and Research*, 8(1), 4–20.
- Mazhar, M., Hooi Ting, D., Zaib Abbasi, A., Nadeem, M. A., & Abbasi, H. A. (2022). Gauging customers' negative disconfirmation in online post-purchase behaviour: The moderating role of service recovery. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2072186.

- Mulyani, S. R., Ridwan, M., & Ali, H. (2020). Model of human services and resources: The improvement efforts of Silungkang restaurant attractiveness on consumers. *Talent Development & Excellence*, 12(1).
- Nuel, Y. (2015). Pengaruh Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Sub Sektor Perkebunan Kelapa Sawit BEI. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 3(4), 806.
- Syafarudin, A. (2021). The effect of product quality on customer satisfaction implications on customer loyalty in the era Covid-19. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 71–83.
- Syofian, S., Setiyaningsih, T., & Syamsiah, N. (2015). Otomatisasi metode penelitian skala likert berbasis web. *Prosiding Semnastek*.
- Uzir, M. U. H., Al Halbusi, H., Thurasamy, R., Hock, R. L. T., Aljaberi, M. A., Hasan, N., & Hamid, M. (2021). The effects of service quality, perceived value and trust in home delivery service personnel on customer satisfaction: Evidence from a developing country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102721.
- Winarni, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. *Majalah Ekonomi*, 27(2), 35–47.
- Yanuar, M. M., Qomariyah, N., & Santosa, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1).