

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PENDESTRIAN HOUSE CAB. KM 11

Wina Afriani¹⁾, Drs. H. Mukran Roni, M.B.A.²⁾

¹⁾Manajemen, Universitas Bina Darma, Palembang, ²⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma
Email: winaafrani199@gmail.com¹⁾, mukranroni@binadarma.ac.id²⁾

ABSTRACT

“The Influence of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction in Pedestrian House Cab. 11 km. Supervised by Mr. Drs. Mukran Roni, M.B.A. Service quality and product quality are important elements that must be considered to create customer satisfaction. This study was conducted to determine the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction at pedestrian house cab.km 11. The research was conducted using quantitative analysis techniques and consisted of several initial hypotheses in the study. The population of this research is 90 consumers from Pedestria House cab. Km 11 by using incidental sampling technique. Based on the sampling technique, 90 samples of consumers in the Pedestrian House were determined which were then processed using the SPSS 2.5 program. The type of data used is primary data using a questionnaire and using multiple regression analysis to determine the influence between independent and dependent variables. The problem that occurred at Pedestrian House Palembang based on the results of interviews with coffee shop employees for five months (November-March 2021) was that several complaints were found related to the consistency of taste in coffee drinks, such as being too hot or bitter, as well as the length of time the barista served coffee which required guests to wait for a long time, consumers also complain that if ordering drinks is not delivered to the consumer's table but must bring the drink himself, this is different from the food ordered will be delivered to the consumer's table. This of course can affect consumer satisfaction when viewed in terms of quality, namely the non-optimal presentation of coffee beverage products The results of this study indicate that product quality affects consumer satisfaction and service quality also affects consumer satisfaction. The conclusion of the study proves that there is an effect of product quality and service quality on consumer satisfaction, the higher the product and service quality, the more customer satisfaction will be.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

ABSTRAK

“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Pedestrian House Cab. Km 11”. Di bimbing oleh Bapak Drs. Mukran Roni, M.B.A. Kualitas pelayanan dan Kualitas produk merupakan elemen penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di pedestrian house cab.km 11. Penelitian yang dilakukan menggunakan teknik analisis kuantitatif dan terdiri dari beberapa hipotesis awal dalam penelitian. Populasi penelitian ini adalah 90 konsumen dari Pedestria House cab. Km 11 dengan menggunakan teknik incidental sampling. Berdasarkan teknik sampel tersebut ditentukan 90 sampel konsumen di Pedestrian House yang kemudian diolah dengan menggunakan program SPSS 2.5. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner serta memanfaatkan analisis regresi berganda untuk mengatuhui pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat. Masalah yang terjadi di Pedestrian House Palembang berdasarkan hasil interview terhadap karyawan kedai kopi selama lima bulan (November-Maret 2021) ialah ditemukan beberapa keluhan yang terkait dengan konsistensi rasa di minuman kopi, seperti terlalu panas ataupun pahit, juga lamanya penyajian kopi oleh barista yang mengharuskan tamu untuk menunggu dalam waktu yang lama, konsumen juga mengeluhkan jika memesan minuman tidak diantarkan ke meja konsumen melainkan harus membawa sendiri minuman tersebut beda hal nya dengan makanan yang dipesan akan dintarkan ke meja konsumen. Hal tersebut tentunya bisa memengaruhi kepuasan konsumen bilamana ditinjau dari segi kualitas yakni ketidakoptimalan sajian produk minuman kopi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Simpulan penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, semakin tinggi kualitas produk da pelayanan maka akan semakinmeningkat kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

1. Pendahuluan

Menurut Sumarwan (2016), besarnya jumlah penduduk di Indonesia sangat berdampak bagi kehidupan para masyarakatnya. Adapun di antara dampak-dampak yang esensial itu antara lain ialah besarnya kebutuhan pangan yang harus dipenuhi guna memenuhi konsumsi penduduk. Hal tersebut tentunya berdampak baik terhadap pengusaha untuk melihat peluang bisnis dan mempengaruhi pelanggan Indonesia yang bersifat konsumtif. Setiap perusahaan dituntut untuk memenuhi dan mengimbangi perubahan yang terjadi. Persaingan dimana perusahaan mengedepankan keunggulan masing-masing dan berusaha untuk memuaskan konsumennya.

Coffee shop menurut Wiktionary (2016) bisa diartikan “sebuah café kecil atau restoran kecil yang biasanya menjual kopi dan terkadang minuman non-alkohol, makanan sederhana atau snaks, dengan fasilitas yang menunjang di tempat tersebut”. Para penikmat kopi bisa secara mudah menghadiri *coffee shop* guna menikmati secangkir kopi yang berkualitas. Tentunya, hal tersebut hendaknya dijadikan atensi perusahaan untuk melahirkan produk berupa minuman kopi dengan kualitas bagus sehingga akan berdampak kepada kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016) produk ialah sesuatu yang bisa diperjualbelikan melalui pasar guna memenuhi kebutuhan serta keinginan di mana sesuatu tersebut bisa berupa ide, layanan, barang fisik, layanan, ide, orang, organisasi, tempat, acara, properti, informasi. Menurut Tjiptono (2017) menyatakan Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, yaitu usaha dalam memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen di mana ketetapan dalam menyajikannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Salah satu coffee shop yang terletak di kota Palembang dan sudah tidak asing lagi bagi para penikmat kopi adalah Pedestrian House Cab. KM 11 Palembang. Coffee Shop ini masih mempertahankan produk mereka yaitu minuman kopi seperti es kopi Pedestrian dan kopeds with cream cheese yang menjadi andalan mereka. Dengan menggunakan bahan dasar biji kopi arabika yang telah diproses sehingga berupa espresso atau kopi kental biasa. Maka tidak heran para konsumen seringkali memenuhi tempat tersebut guna berkumpul dan meminum kopi. Kedai kopi tersebut menghadirkan beberapa makanan serta minuman kemudian ditunjang pula oleh konsep minimalis yang bisa meningkatkan kenyamanan konsumen. Dan disertai juga dengan pelayanan yang telah disediakan untuk menjamu konsumen yang datang.

Adapun masalah yang terjadi di *Pedestrian House* Palembang berdasarkan hasil *interview* terhadap karyawan kedai kopi selama lima bulan (November-Maret 2021) ialah ditemukan beberapa keluhan yang terkait dengan konsistensi rasa di minuman kopi, seperti terlalu panas ataupun pahit, juga lamanya penyajian kopi oleh barista yang mengharuskan tamu untuk menunggu

dalam waktu yang lama, konsumen juga megeluhkan jika memesan minuman tidak diantarkan ke meja konsumen melainkan harus membawa sendiri minuman tersebut beda halnya dengan makanan yang dipesan akan diantarkan ke meja konsumen. Hal tersebut tentunya bisa memengaruhi kepuasan konsumen bilamana ditinjau dari segi kualitas yakni ketidakefektifan sajian produk minuman kopi.

Mengacu pada pemaparan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Pedestrian House Palembang Cab.Km 11.

2. Landasan Teori

Kualitas Produk

Mengacu pada Kotler dan Armstrong (2-16), produk ialah sesuatu yang bisa diberikan kepada pasar guna memperoleh konsumsi, perolehan, menarik perhatian, serta penggunaan yang bisa saja memuaskan pelanggan.

Tingkat kualitas yang tinggi akan diiringi oleh tingginya kepuasan konsumen (Kotler, 2015), sehingga tentunya, bilamana konsumen tersebut merasa puas, maka besar kemungkinan konsumen tersebut akan merekomendasikan produk tersebut terhadap orang lain yang dikenalnya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah penilaian pelanggan mengenai tingkatan kinerja ataupun pelayanan yang dirasakan dengan ekspektasi yang diinginkan (Kotler, 2019). Bilamana konsumen tersebut menerima pelayanan yang selaras dengan ekspektasinya, maka konsumen tersebut akan mempersepsikan bahwasanya kualitas pelayanan tersebut termasuk dalam kategori memuaskan dan baik.

Kepuasan Konsumen

Oliver (2019) menuturkan bahwasanya kepuasan ialah tingkat perasaan seorang individu pasca mengkomparasikan hasil ataupun kinerja yang dirasakannya dengan harapan yang dimilikinya, sehingga tingkat kepuasan mendeskripsikan perbedaan harapan dengan kinerja yang didapatkan, bilamana hasil yang didapatkan tidak selaras dengan harapan, maka tentunya konsumen tersebut akan kecewa. Sebaliknya, bilamana kinerja yang didapatkan selaras dengan harapan yang dimiliki, atau bahkan melebihinya, maka konsumen tersebut akan merasa puas. Adapun komentar dari kerabat serta pengalaman masa lalu merupakan faktor-faktor pencetus harapan pelanggan.

2.4 Hubungan Antar Variabel

Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen

Kualitas produk berkorelasi dengan kepuasan konsumen, yakni tentunya, keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan dipengaruhi oleh kualitas produk. Oleh sebab itu, perusahaan hendaknya mampu menyajikan kualitas yang selaras dengan kebutuhan serta

keinginan konsumen, agar konsumen merasa puas membeli produk tersebut.

Hubungan Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam perusahaan, dimana pelayanan pun turut berhubungan dalam proses Memastikan Kepuasan Konsumen. Karena pelayanan terhadap konsumen merupakan salah satu variable penting, dimana pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Hubungan Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen

Salah satu bentuk penilaian mengenai produk yang ingin dibeli ialah kualitas produk, di mana konsumen tentunya akan menilai apakah sebuah produk tersebut telah selaras dengan harapan konsumen atau belum. Bilamana sebuah perusahaan memiliki keinginan untuk berkembang atau bahkan meraih profit besar, tentunya perusahaan harus memiliki konsep kualitas produk yang baik. Hal tersebut tentunya berarti bahwasanya kualitas sangat memengaruhi konsumen, di mana seorang konsumen tidak akan melakukan pembelian terhadap produk yang belum meraih ekspektasinya. Tingginya kualitas produk akan diiringi oleh tingginya keputusan konsumen dalam membeli.

Kualitas pelayanan bisa didefinisikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Tentunya, kualitas tersebut didapatkan dari mengkomparasikan pelayanan tersebut dengan pelayanan sejenis yang disajikan oleh kompetitor. Hal tersebut akan memungkinkan konsumen bisa mengerti komparasi tingkat kualitas pelayanan yang disajikan oleh sebuah perusahaan dengan kompetitornya. Kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik bilamana pelayanan yang disajikan selaras atau bahkan melebihi harapan konsumen.

2.5 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan penjelasan diatas rumusan hipotesis yang diajukan ialah:

- H₁ : Kualitas Produk diduga berpegaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Pedestrian House
- H₂ : Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Pedestrian House
- H₃ : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Pedestrian House

3. Metodologi

Data

Data primer berupa kuesioner yang diberikan terhadap objek berdasarkan fakta fakta yang tampak dengan menggunakan pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian. Sebelum disebarkan terhadap objek, instrument penelitian berupa kuesioner tersebut telah diuji reliabilitas dan validitasnya.

Metode Analisis

Pengujian untuk memastikan validitas instrument penelitian dilakukan menggunakan *corrected item-total correlation*, adapun pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach Alpha*. Data yang didapatkan kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi berganda.

Penelitian ini menguji hipotesis dengan melihat pengaruh variabel X secara parsial (uji t) maupun simultan (uji F) terhadap variabel Y. Penelitian ini juga melakukan uji determinasi (R²) guna memastikan seberapa besar kualitas pelayanan dan kualitas produk bisa memengaruhi kepuasan konsumen.

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Instrumen

Berdasarkan perhitungan didapati bahwasanya skor r hitung setiap aitem lebih besar dibandingkan skor r tabel sehingga seluruh aitem dalam penelitian ini bisa dikatakan valid sebagaimana tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

No Item Pernyataan	r- hitung	r-table	Keterangan
Kualitas 1	0,662	0,231	Valid
Kualitas 2	0,737	0,231	
Kualitas 3	0,707	0,231	
Kualitas 4	0,720	0,231	
Kualitas 5	0,646	0,231	
Kualitas 6	0,714	0,231	
Kualitas 7	0,712	0,231	
Kualitas 8	0,682	0,231	
Kualitas 9	0,615	0,231	
Kualitas 10	0,804	0,231	
Kualitas 11	0,806	0,231	
Kualitas 12	0,715	0,231	
Kualitas 13	0,712	0,231	
Kualitas 14	0,710	0,231	

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan(X2)

No Item Pernyataan	r- hitung	r-table	Keterangan
Kualitas 1	0,745	0,231	Valid
Kualitas 2	0,774	0,231	

Kualitas 3	0,741	0,231
Kualitas 4	0,789	0,231
Kualitas 5	0,670	0,231
Kualitas 6	0,709	0,231
Kualitas 7	0,768	0,231
Kualitas 8	0,828	0,231
Kualitas 9	0,787	0,231
Kualitas 10	0,803	0,231

Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

No Item Pernyataan	r-hitung	r-table	Keterangan
Kualitas 1	0,777	0,231	Valid
Kualitas 2	0,826	0,231	
Kualitas 3	0,781	0,231	
Kualitas 4	0,699	0,231	
Kualitas 5	0,819	0,231	
Kualitas 6	0,745	0,231	
Kualitas 7	0,762	0,231	
Kualitas 8	0,844	0,231	

Sumber : Data diolah 2022
Mengacu pada tabel tersebut, diketahui bahwasanya seluruh aitem adalah valid sehingga instrument tersebut bisa dipergunakan sebagai instrument penelitian.. Adapun hasil uji *Cronbach Alpha* didapatkan:

Variabel	Cronbach Alfa
Kualitas Produk (X₁)	0,766
Kualitas Pelayanan (X₂)	0,777
Kepuasan Konsumen (Y)	0,908

Skor koefisien alfa pada kualitas produk 0,766, kualitas pelayanan 0,777, dan kepuasan konsumen 0,908. Besaran skor tersebut lebih tinggi dibandingkan 0,6 sehingga instrument tersebut reliabel dan bisa dipergunakan sebagai instrument penelitian.

4.2 Pengujian Hipotesis
Analisis Regresi linier Berganda

Di bawah ini ialah hasil uji analisis regresi berganda.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B
(Constant)	0.524
Kualitas Produk	0.162

Kualitas Pelayanan	0.546
--------------------	-------

Sumber :Data diolah 2022

Oleh karenanya, maka persamaan regresi linear berganda yang didapatkan ialah :

$$Y = a + b1X1 + a + b2X2$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa:

1. Konstanta sebesar 0,524. Hal tersebut berarti bilamana kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) nilainya 0 maka kepuasan konsumen (Y) nilainya sebesar 0,524.
2. Koefisien regresi variable kualitas produk (X₁) sebesar 0,162. Hal tersebut berarti bilamana kualitas produk (X₁) naik satu satuan akan tetapi kualitas pelayanan (X₂) bernilai tetap maka kepuasan konsumen (Y) akan naik sebesar 0,1262.
3. Koefisien nilainya positif yang artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan memengaruhi secara positif. Koefisien regresi kualitas produk (X₁) ialah 0,546 yang menunjukkan bahwasanya bilamana kualitas pelayanan (X₂) naik satu satuan akan tetapi kualitas produk (X₁) nilainya tetap maka minat membeli akan naik 0,546.

Uji f dan Uji t

Adapun hasil uji F dan t dapat diketahui berdasarkan tabel di bawah ini.

Variabel Independen	Nilai F Hitung	Nilai F tabel
Kualitas Produk	105,548	3,128
Kualitas Pelayanan		

Nilai F hitung (105,548) > F tabel (3,128) dan sig 0,000 < 0,05 sehingga hal diartikan bahwasanya kualitas produk dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen secara simultan dan signifikan.

Tabel 5. Hasil Uji t

Variabel Independen	Nilai t hitung	Nilai t tabel
Kualitas Produk	2.407	1.995
Kualitas Pelayanan		

Maka dapat dinyatakan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (2.407 > 1,995) yang berarti bahwasanya H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X₁ terhadap Y.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868 ^a	.754	.747	2.41744

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

Mengacu pada data yang disajikan, diketahui bahwasanya skor R Square (R²) adalah 0,754 (75,4%), angka tersebut menggambarkan bahwa kepuasan konsumen di pengaruhi oleh dua variable independen yaitu Kualitas Produk(X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) adapun sisanya (100 -75,4 = 24,6) dipengaruhi oleh

faktor lain yang tidak diteliti.

4.3 Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di pedestrian house Cab. Km 11 Palembang. Yang artinya, semakin baik dan semakin bagus produk yang disediakan dari pedestrian house maka tingkat kepuasan konsumen semakin meningkat dan juga semakin besar peluang untuk konsumen datang lagi ke pedestrian house juga. Misalnya semakin meningkat kan mempertahankan konsistensi rasa pada kopi dan juga menambah variasi menu agar konsumen dapat bebas memilih menu yang disediakan sesuai dengan selera konsumen itu sendiri.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji t parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di pedestrian house Cab. Km 11 Palembang. Yang artinya, semakin ramah pelayanan yang diberikan kepada konsumen makan konsumen akan merasa nyaman dan akan ketika berada di lingkungan pedestrian house dan akan meningkatkan rasa kepuasan di dalam diri konsumen untuk nongkrong bersama teman atau keluarga.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji t parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pedestrian house cab. Km 11 Palembang. Yang artinya semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan di pedestrian house makan akan semakin meningkat rasa kepuasan konsumen.

5. Kesimpulan

Konsumen Pedestrian House Palembang Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memengaruhi signifikan kepuasan Cab. Km11 secara simultan dan Kualitas produk dan kualitas pelayanan memengaruhi signifikan terhadap kepuasan konsumen Pedestrian House Palembang Km.11 secara parsial.

Daftar Pustaka

- Aisyah, M. F. (2017). Kualitas Sumber Daya Manusia, Profesionalisme Kerja, Dan Komitmen Sebagai Faktor Pendukung Peningkatan Kinerja Karyawan. *Volume 1*, 131-135.
- Amstrong., K. &. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ika, A. (2018). agar bisnis makin berkembang dari waktu ke waktu. 134.
- Kotler, &. A. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson*.

- Kotler, d. K. (2016). *Marketing Management, 15th. . Edition New Jersey: Pearson*.
- Kotler, P. a. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi13*.
- Kotler, P. a. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition,. England : Pearson Education, Inc*.
- Kotler, P. a. (2016). *Marketing Managemen,. 15th Edition, Pearson Education, Inc*.
- Kotler, P. d. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Erlangga*.
- Kotler, P. d. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson*.
- Mahanani, E. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com. . IKRAITHHUMANIORA, Vol. 2, No. 2*.
- Nazir. (2013). *Metode Penelitian*. Jakarta: Cetakan Kelima.
- Payne. (2007). *The Essence Of service Marketing(Pemasaran Jasa)*. Jakarta: Salemba Empat.
- PRATAMA, A. Y. (2019). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK IKAN LELE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGUSAHA WARUNG LELE SIDOARJO*.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. . Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. .*
- Swastha, B. (2009). *Manajeme Penjualan*. Yogyakarta: BPFPE.
- Swastha, B. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFPE.
- Windasuri, H. H. (2016). *Excellence Service*. Jakarta:PT Gramedia Utama.