

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI MIE GACOAN MALANG

**(Studi Pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran
Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2020/2021)**

**Erina Moes Avidatul Ilmi-1¹
Joko Samboro²**

^{1,2} Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹ erinamoes06@gmail.com,

² jokosamboro63@gmail.com,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Malang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jumlah sampel dari penelitian ini adalah 75 responden yang didapatkan dari perhitungan slovin, sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil regresi linier berganda menunjukkan $Y' = 8,056 + 0,842X_1 + 0,686X_2$ dengan Adjusted R Square sebesar 0,670 yang artinya kontribusi pengaruh variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan sebesar 67,9% sedangkan sisanya 32,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata-kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

Abstract

This study aims to explore the impact of product quality and service quality on customer satisfaction at Mie Gacoan Malang.

This study was quantitative research. sample of this study was 75 respondents gained from slovin formula. The sampling technique used was simple random sampling. Data analysis technique used was multiple linear regression, coefficient of determination, and hypothesis testing.

The result of multiple linear regression showed $Y = 8,056 + 0,842X_1 + 0,686X_2$ with Adjusted R Square was 0,670 that meant the contribution of the impact of product quality variable (X_1) and service quality (X_2) on customer satisfaction was 67,9% while the rest 32,1% was affected by other aspects.

Keywords: product quality; service quality; customer satisfaction

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Kota Malang mengalami peningkatan yang signifikan dalam jangka satu tahun. Para pelaku usaha terus menerus melakukan berbagai upaya agar bisnis penjualan produknya meningkat dari memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang akan diperoleh konsumen sangat diperhatikan. Kualitas produk merupakan pertimbangan paling utama, karena kualitas produk adalah tujuan utama bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk merupakan salah satu komponen yang penting dalam kepuasan pelanggan, komponen yang lainnya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan sikap konsumen yang berkaitan dengan hasil dan perbandingan antara harapan dari layanan dengan persepsinya terhadap kinerja yang aktual.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini diberi judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Mie Gacoan Malang (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2020/2021)

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Malang pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2020/2021

1.3. Tujuan Penelitian

Mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan di

mie gacoan malang pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2020/2021.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Adapaun hasil penelitian sebelumnya menurut Haryanto (2013) Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 64%.

Menurut Sugiarso (2016) Kualitas produk berhubungan dengan kepuasan pelanggan dengan memberikan kontribusi sebesar 66,4%

Menurut Edwar (2016) Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 86,5%.

Menurut Zulianto et all (2019) Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan yakni sebesar 79,9%

2.2. Kajian Teori

2.2.1 Kualitas Produk

Menurut Tjiptono dalam Daga (2017:40) “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”

2.2.2 Dimensi Kualitas Produk

Kotler dalam Daga (2017:38) mengatakan bahwa dimensi dari kualitas produk dibagi menjadi 2 bagian Level (*performance quality*) dan Consistency (*conformance quality*)

2.2.3 Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:681) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Indrasari (2019:63-64) Terdapat beberapa atribut yang perlu diperhatikan di dalam kualitas layanan yaitu Berwujud (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan Kepastian (*assurance*), Empati (*emphaty*)

2.2.5 Kepuasan Pelanggan

Menurut sciffman dan kanuk dalam Indrasari (2019:84) menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkannya.”

2.2.6 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2019:394-395) menyatakan, terdapat enam konsep inti mengenai obyek pengukuran adalah Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*), Dimensi Kepuasan Pelanggan, Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectation*), Niat Beli Ulang (*Repurchase Intetion*), Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recom-mend*), Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Firmansyah (2019:13) menyatakan bahwa “kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama dari pemasar. Ini memiliki dampak langsung pada kinerja produk. untuk itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.”

2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Firmansyah (2019:13) menyatakan bahwa “kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama dari pemasar. Ini memiliki dampak langsung pada kinerja produk. untuk itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.”

2.3.2 Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dalam Priansa (2017:209-210) menyatakan bahwa “variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah produk, harga, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas, dan suasana.”

3. Metodologi

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif.

3.2 Populasi

Populasi yang digunakan adalah mahasiswa jurusan Administrasi Niaga program studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang. Adapun jumlah mahasiswa yang pernah melakukan pembelian di Mie Gacoan Malang, yaitu sebanyak 273 mahasiswa

3.3 Sampel

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 75 responden

3.4 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam

penelitian ini adalah sebagai berikut. Kualitas produk (X1) menurut Kotler dalam Daga (2017:38) memiliki dua indikator, yang pertama adalah Level (*Performance Quality*) dengan item Kenyamanan (*comfortable*), Ketahanan (*durability*), Model atau desain (*design*), dan Kualitas bahan (*material*). Yang kedua adalah Consistency (*Conformance Quality*) dengan item Standar Produk, Bebas dari cacat, dan Konsisten (*consistency*.)

Kualitas Pelayanan (X2) menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Indrasari (2019:63-64) memiliki lima indikator yang pertama adalah berwujud (*tangibles*) dengan item Penampilan, Peralatan, Perlengkapan. Selanjutnya reliabilitas dengan item Pelayanan yang sama, Simpatik, Kinerja sesuai harapan. selanjutnya ketanggapan (*Responsiveness*) dengan item Membantu pelanggan, Pelayanan Cepat, Penyampaian informasi jelas. Keempat adalah Jaminan dan Kepastian (*Assurance*) dengan item Pengetahuan, Sopan santun, Keamanan. Dan Empati (*Empathy*) dengan item Memberikan Perhatian, Memahami keinginan konsumen, Pengetahuan tentang pelanggan.

Kepuasan Pelanggan (Y) menurut Kepuasan Pelanggan (Y) Tjiptono (2019:368-369) memiliki enam indikator, yang pertama adalah Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*) dengan item Puas dengan produk, Puas dengan pelayanan, Membandingkan dengan produk pesaing. selanjutnya adalah dimensi Kepuasan Pelanggan dengan item Produk Baik, Fasilitas, Keramahan staf. selanjutnya adalah konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectation*) dengan item Harapan pelanggan, Kinerja Produk, kinerja karyawan. selanjutnya Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*) dengan item Berbelanja produk yang sama, Berbelanja produk lain, Pilihan utama. Kelima adalah Kesediaan Merekomendasi (*Willingness to Recommend*) dengan item Merekomendasikan kepada teman, Merekomendasikan kepada keluarga, Merekomendasikan produk melalui sosial media. dan Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*) dengan item Komplain, Saran Pelanggan, Retur atau Pengembalian Produk

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

3.4. Metode Analisa

Metode analisa data yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, analisa deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda,

analisa determinan, perumusan uji hipotesis t dan secara uji hipotesis F

3.5. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, (2017:121) “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur

3.6. Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2010:30), “uji realibilitas yaitu menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran diulang.

3.7. Uji t

Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $\text{Sig.} < 0,05$ ($p > 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.8. Uji F

Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ dan $F \text{ sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat

3.9. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghazali (2016:154) “uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.”

Menurut Ghazali (2013:105) “uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*).”

Menurut Ghazali (2016:134) “uji heteroskedastitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.”

4 Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa keseluruhan item baik variabel X1, X2, dan Y adalah valid.

4.2. Uji Reliabilitas.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa keseluruhan item yang digunakan adalah reliabel.

4.3. Uji t

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilkukan menunjukkan hasil kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan $t \text{ hitung } 2,975 > t \text{ tabel } 1,66600$ atau $\text{Sig } 0,004 < 0,05$ dan kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan $t \text{ hitung } 5,540 > t \text{ tabel } 1,66600$ atau $\text{Sig } 0,000 < 0,05$

4.4. Uji F

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan menunjukan hasil kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan $F_{hitung} 70,582 > F_{tabel} 3,12$ atau $Sig\ 0,000 < 0,05$.

4.5. Uji Assumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Model regresi menunjukan titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta menyebar mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dan dapat dikatakan bahwa model regresi linier memenuhi asumsi normalitas

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi menunjukan titik yang ada tidak membentuk pola tertentu melainkan titik-titik tersebut menyebar di antara sumbu Y (o,y) dan (0,-y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.5.3 Uji Multikolineritas

Berdasarkan hasil uji multikolineritas didapatkan bahwa keseluruhan variabel memiliki nilai tolerance $> 0,1$ dan keseluruhan variabel memiliki nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolineritas antar variabel bebas.

4.6. Bahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukan bahwa semua item dinyatakan valid dan reliable. Kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh atau kontribusi sebesar 67,9%.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh baik secara parsial dan simultan

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk perusahaan adalah dengan mempertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang sudah baik seperti konsistensi rasa dan pelayanan yang cepat dan pegawai yang rapi, namun perusahaan juga perlu meningkatkan kualitas produknya seperti membuat design kemasan, sehingga lebih menarik.

6. Daftar Rujukan

- Daga, Rosnaini.2017.*Citra,Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research Consulting Institute
- Evilia, Muhammad Edwar.2016.Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kober Mie Setan Jalan Kaca Piring Nomor 14 Surabaya.*Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.ISSN 1686-620.E-ISSN 2723-3901
- Firmansyah, Anang.2019.*Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*.Surabaya:CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali,Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM SPSS)*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haryanto, 2013.Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran McDonald's Manado.*Jurnal EMBA*.ISSN 2303-1174. E-ISSN 26226219
- Indrasari, Meithiana.2019.*Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.Surabaya:Unitomo Press
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13.Jilid 1. Erlangga : Jakarta
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiarto.et.all. 2016.Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Mie Raja Raos Ciracas.2016.*Jurnal Administrasi dan Manajemen*.ISSN 1693-6876. E-ISSN 2623-1719Vol 8
- Tjiptono, Fandy.2019.*Pemasaran Jasa-Prinsip,Penerapan,dan Penelitian*. Yogyakarta:AndiOffset
- Tjiptono, Fandy.2017.*Service Management-Mewujudkan Layanan Prima* Yogyakarta :Andi Offset
- Zulianto et.all.2019.Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember.*Jurnal Pendidikan Ekonomi*.ISSN 1907-9990.E-ISSN 2548-7175 Vol 13. pada tanggal 28 Februari 2021
- Priyatno, Duwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data, Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.