**Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

**Dalam Pembelian Gulai Tikungan Blok M**

**(Studi Kasus Pada Masyarakat Kebayoran Lama Utara)**

**Oleh**

**Muhammad Fuad Khasan\*)**

**Ety Rochaety \*\*)**

**Deni Adha Akbari \*\*\*)**

Email. **matkecot38@gmail.com**

# Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof Dr HAMKA

***ABSTRACT***

This STUDI aims to determine the effect of product quality and service quality on purchasing decisions. The data were collected using a questionnaire from 100 respondents from the Kebayoran Lama Utara Ja community who had visited GulaiTikungan Blok M. The data were processed using regression analysis using IBM SPSS Statistics 25. The results of the STUDI found that product quality and service quality media had a positive and significant effect on consumer satisfaction. , this can be seen from the results of the value of fcount of 108,253 greater than the value of the table (n = 98, 2) 3.09 or 108,253> 3.09 and the significance value of 0.000 <0.05, which means the independent variable (X), namely product qualyoity, service quality, together or simultaneously have a significant effect on the dependent variable (Y), namely consumer satisfaction. These results indicate that to improve product quality and service quality GulaiTikunganBlok M is expected to increase customer satisfaction. Consumer satisfaction can be increased by improving product quality and service quality.

*.*

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

# Pendahuluan Latar Belakang

Persaingan dunia usaha saat ini semakin kompetitif, karena itu setiap perusahaan harus mampu mengatur dan mengolah semua sumber daya dan pemasaran yang dimilikinya dengan efektif dan efisien agar tetap dapat berkembang dan berinovasi.Di Indonesia tepatnya di Jakarta memang lekat dengan image macet dan padat serta aktivitas masyarakatnya yang tak pernah berhenti. Tak hanya sibuk beraktivitas, sebagian penduduknya gemar berwisata kuliner murah di Jakarta dengan mengunjungi tempat baru dan menikmati makanan enak khususnya di akhir pekan. Di salah satu kawasan kuliner murah di Jakarta yang cukup populer khususnya di daerah Blok M, kuliner murah di Jakarta satu ini adalah masakan gulai lezat yang dimasak dalam kuali dan sering disebut dengan istilah gultik atau gulai tikungan. Sesuai namanya, kuliner murah Jakarta ini memang terletak di pinggiran jalan dan tikungan sekitar Jalan Mahakan Blok M. (https://www.kompasiana.com)

Meningkatnya permintaan konsumen terhadap gulai tikungan diikuti dengan meningkatnya jumlah pedagang yang menjajakan gulai tikungan ini. Seperti yang dilansir dalam fooddetik.com penjual yang menjajakan gulai tikungan ini sekitar kurang lebih 20 pedagang (https://food.detik.com). Persaingan ketat antar pedagang ini menuntut pedagang bertahan dengan menciptakan inovasi baru. Masing-masing pedagang menjajakan pilihan makanan pendamping yang beragam agar dapat dipilih oleh konsumen untuk dibeli.

Persaingan akan semakin ketat karena produsen yang terlibat didalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, yang menyebabkan setiap pengusahaharus menggutamakan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Persaingan yang cukup ketat terjadi pada bisnis kuliner beberapa tahun terakhir. Setiap tahun bahkan setiap bulannya, muncul bisnis-bisnis kuliner yang hadir di Indonesia khususnya di Jakarta, bahkan dengan harga yang relatif murah. Sama halnya dengan bisnis gulai tikungan yang berada di kawasan Bulungan Blok M, Jakarta Selatan, walaupun tergolong kuliner kaki lima, gulai tikungan selalu ramai pengunjung. Yang menjadikan gultik ini selalu ramai adalah cita rasa yang khas dari rasa gulai. Gulai yang dijual di kawasan ini merupakan gulai sapi, dan mempunyai citarasa gulai daging sapi yang khas berbalur wangi rempah-rempah. Pembeli gulai tikungan di Blok M ini, banyak yang merasa puas dengan rasa dari gulai tersebut yang membuat mereka ingin kembali lagi untuk menyantap gulai disana, tidak hanya rasanya saja yang membuat pembeli ingin kembali lagi tetapi harga yang terbilang cukup murah sekitar Rp. 10.000 sudah dapat menyantap hidangan gulai tikungan. Hal ini dikatakan oleh salah satu pembeli gulai tikungan di Blok M yang dilansir dalam poskotanews menyatakan bahwa sering membeli gulai tikungan ini karena harganya yang murah dan rasanya yang enak sehingga tidak cukup satu porsi jika menyantap gulai ini (https://poskotanews.com).

Meningkatnya permintaan konsumen terhadap bisnis kuliner diikuti dengan meningkatnya jumlah industri yang menawarkan produk tersebut. Persaingan ketat antar industri kuliner menuntut setiap industri untuk mampu bertahan dengan menciptakan inovasi baru. Masing-masing industri kuliner berusaha agar produknya dapat diterima dengan baik di pasar, yang berarti produk tersebut dipilih oleh konsumen untuk digunakan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Dengan memberikan kualitas produk yang terbaik bagi para konsumen, perasaan puas akan produk atau merek yang dikonsumsi akan muncul pada diri konsumen. Hal ini akan membuat konsumen memiliki keinginan kuat untuk membeli ulang produk atau merek yang sama dikemudian hari. Kualitas produk merupakan hal pertama yang dinilai konsumen dan menjadikan suatu pengalaman yang dapat menarik pelanggan apabila pelanggan merasa puas pada produk tersebut. Dengan memberikan inovasi, perasaan puas akan makanan yang dikonsumsi akan muncul pada diri konsumen. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas yang terbaik.

Seperti yang dilansir dalam liputan6 salah satu pedagang gulai tikungan mengatakan bahwa menjaga citra rasa itu hal yang paling utama untuk membuat konsumen menyukai gulai tersebut selain itu salah satu pembeli dari gulai tikungan mengatakan bahwa rasa dari gulai tikungan memang otentik dan jarang ditemukan di tempat yang lain. Selain itu, kualitas dari bahan-bahan yang digunakan merupakan kualitas yang terbaik sehingga mampu menciptakan cita rasa yang khas dari gulai tersebut.

Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heizer dan Render (2001) dan oleh Naufal Hilmi Saputra , Supriadi Thalib , Tyahya Whisnu Hendratni (2019) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen.Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Wulan Arifina Fatin , M. Ato’illah , Deni Esti Lestari (2019) bahwa kualitas produk tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Faktor kedua adalah Kualitas Pelayanan karena pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. Pelanggan yang merasa puas menunjukkan kemungkinan mereka untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama.

Pengembangan kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat didorong oleh kondisi persaingan antara perusahaan, kemajuaan teknologi, tahapan perekonomian dan sejarah masyarakat. Dengan adanya perkembangan tersebut maka perusahaan berusaha untuk menjaga reputasi dan nama baik bagi melalui kualitas produk yang dihasilkan. Dari pengertian tersebut dapat di simpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh oleh Teguh Iman Saputra Nasution, Tri Kurniawati (2018) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan Penelitian yang dicoba oleh Budi Prihatminingtyas, Imansyah, Retno Ayu Dewi Novitawati( 2019), kalau Kualitas Pelayanan tidak dapat mempengaruhi Kepuasaan Konsumen.

Bersumber pada penjelasan di atas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN GULAI TIKUNGAN BLOK M (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KEBAYORAN LAMA UTARA)”

# Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diatas, maka dapat diambil identifikasi masalah mengenai penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas Produk gulaitikungan Blok M pada masyarakat Kebayoran Lama Utara?
2. Bagaimana KualitasPelayanangulaitikungan Blok M pada masyarakat Kebayoran Lama Utara?
3. Bagaimana Kepuasan Konsumengulaitikungan Blok M pada masyarakat Kebayoran Lama Utara?
4. Apakah Kualitas Produk Berpengaruhterhadap Kepuasan Konsumengulaitikungan Blok M padamasyarakat Kebayoran Lama Utara?
5. Apakah KualitasPelayanan Berpengaruhterhadap Kepuasan Konsumen gulai tikungan Blok M pada masyarakat Kebayoran Lama Utara?
6. Apakah Kualitas Produk dan KualitasPelayanan Berpengaruh terhadap KepuasanKonsumen produk gulai tikungan Blok M pada masyarakat Kebayoran Lama Utara?

# Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari pembahasan pada latar belakang penelitian dan permasalahan utama peneliti, maka penelitian ini memiliki tujuan:

1. Untuk”menganalisaKualitasProdukgulaitikungan Blok M padamasyarakatKebayoran Lama Utara.
2. UntukmenganalisaKualitasPelayanangulaitikunganBlok M padamasyarakatKebayoran Lama Utara.
3. UntukmenganalisaKepuasanKonsumengulaitikungan Blok M padamasyarakatKebayoran Lama Utara.
4. UntukmenganalisaPengaruhKualitasProdukterhadapKepuasanKonsumengulaitikungan Blok M padamasyarakatKebayoran Lama Utara.
5. UntukmenganalisaPengaruhKualitasPelayananterhadapKepuasanKonsumengulaitikungan Blok M padamasyarakatKebayoran Lama Utara.
6. Untuk menganalisa Pengaruh Kualitas Produk dan KualitasPelayananterhadap”Kepuasan Konsumengulaitikungan Blok M pada”masyarakat Kebayoran Lama Utara Jakarta”Selatan.

# Manfaat Penelitian

1. BagiPeneliti

Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA.

1. ManfaatbagiFakultasEkonomidan Bisnis UHAMKA

Dapatdigunakansebagaiinformasi lain dansumberotoritas yang berwenangataspermasalahan yang dibahas, sertaperbandinganlaporansejenis yang dilakukansebelumnya, danlaporantersebutjugadiharapkandapatmenjadilandasanilmiah, danhasilkajiandapatdijadikansebagaibahanreferensi. Orang yang hanyamembutuhkanataumembutuhkanbahanreferensi.

1. ManfaatTeoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis, setidaknya sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan, khususnya bagi ilmu-ilmu bidang sosial yaitu untuk menambah wawasan dan manajemen pengetahuan.

# Tinjauan Teori Kepuasaan Konsumen

Kepuasaan Konsumen adalahsuatu reaksi terhadap penilaianyang dialami antara harapan yang di inginkan dan yang dialami setelah pengunaan (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004 dalam Christy Angelina Warokka, 2015).

# Kualitas Produk

Kotler and Armstrong (2012) arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakannya, hal ini termasuk keseluruhan dari kemudahan pengoperasiandurabilitas, reliabilitas, ketepatan, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

# Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014: 345) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diinginkan untuk mengendalian tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. MenurutTjiptono (2014) menguraikan bahwa kualitas layanan adalah suatu bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan ketepatan penyampaiannya dalam menyeimbangkan harapan konsumen.

# Kerangka Teoritis



# Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti (Priyono, 2016:66). Apabila jawaban sementara yang terdapat dalam hipotesis tersebut akan digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan, harus diuji terlebih dahulu dengan memakai data hasil observasi. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen .

H2 : Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H3 :Kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

# Metodologi Penelitian Definisi OperasionalVariabel

Dengan adanya definisi operasional variabel tujuan peneliti agar dapat mencapai suatu alat ukur yang bisa sesuai dengan hakikat variabel yang telah didefinisikan konsepnya tersebut, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang di gunakan untuk kuantifikasi gejala variabel yang diteliti.

# Kepuasaan Konsumen

Pengertian kepuasaan konsumen adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.

# Kualitas Produk (X1)

Kualitas produkmerupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

# Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas Pelayananrangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

# Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan metode pengisian kuisioner. Metode kuisioner ini merupakan teknik pengumpulan data pada penelitian yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan atau pertanyaan secara tertulis kepada responden dan responden menjawab pertanyaan yang diberikan (Sugiyono, 2015:142)

# Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dengan statistik deskriptif dan statistik infrensial parametrik dangan bantuan aplikasi SPSS 25.

# Hasil Penelitian Dan Pembahasan Uji Instrumen

**Uji Validitas**

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan KMO (*Kaiser Mayer Olkin)*. Sebuah data pada tiap variabel dikatakan valid jika nilai KMO > 0,5. Berikut hasil pengujian validitas:

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Variabel | Nilai KMO | Keterangan |
| 1. | Kualitas Produk | 0,631 | Valid |
| 2. | Kualitas Pelayanan | 0,831 | Valid |
| 3. | Kepuasaan Konsumen | 0,632 | Valid |

Sumber: Pengolahan data primer, tahun 2020

Melalui tabel 4.10 membuktikan bahwasanya variabel Kualitas Produk memiliki nilai KMO 0,631> 0,5. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai KMO sebesar 0,831> 0,5. Variabel Kepuasaan Konsumen memiliki nilai KMO 0,632> 0,5. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dinyatakan valid karena nilai KMO masing- masing variabel lebih besar dari0,5.

# Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach’s Alpha*, jika nilai *Cronbach’s Alpha* lebih dari 0,6, maka variabel penelitian tersebut reliabel. Berikut hasil pengujian reliabilitas:

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Variabel | *Cronbach’ s Alpha* | *N of item**s* | Keteranga n |
| 1. | Kualitas Produk | 0,851 | 6 | Reliabel |
| 2. | Kualitas Pelayanan | 0,896 | 6 | Reliabel |
| 3. | Kepuasaan Konsumen | 0,888 | 6 | Reliabel |
| Total | 18 |  |

Sumber: Pengolahan data primer, tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai

*cronbach’s alpha* sebesar 0,851 > 0,6. Kualitas Pelayanan sebesar 0,896>0,6.

 Kepuasaan Konsumen 0,888> 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dinyatakan reliabel karena semua lebih dari 0,6.

# Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov- Smirnov*. Apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* > 0,05, data terdistribusi normal. Berikut hasil pengujian normalitas.

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas

|  |
| --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** |
|  | Unstandardized Residual |
| N | 100 |
| Normal Parametersa,b | Mean | .0000000 |
| Std. Deviation | 4.02664849 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .072 |
| Positive | .071 |
| Negative | -.072 |
| Test Statistic | .072 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .200c,d |
| a. Test distribution is Normal. |
| b. Calculated from data. |
| c. Lilliefors Significance Correction. |
| d. This is a lower bound of the true significance. |

Sumber :data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.12 diatas diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasaan Konsumen (Y) mempunyai nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 > 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data terdistribusi normal.

# Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat berdasarkan koefisien regresi. Adapun hasil pengolahan data untuk regresi linier berganda dapat dilihat dari Tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13

Hasil regresi linier berganda

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .218 | 2.997 |  | .073 | .942 |  |  |
| KualitasProduk | .183 | .075 | .211 | 2.444 | .016 | .427 | 2.342 |
| KualitasPelayanan | .658 | .086 | .660 | 7.631 | .000 | .427 | 2.342 |
| a. Dependent Variable: KepuasaanKonsumen |

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Y= a+ B₁X₁ +B₂X₂

Y= 0,218 + 0,183 X1 + 0,658 X2

Keterangan:

Y = Kepuasaan Konsumen

a =Konstanta

b₁,b₂,b3 = KoefisienRegresi

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Kualitas Pelayanan

Berdasarkan mengenai persamaan regresi linier sebelumnya, bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Terdapatnilaikonstantasebesar 0,218 , dapatdinyatakanjikanilaikualitasproduk$X\_{1}$, kualitaspelayanan$X\_{2}$, samadengannol, makanilaiskorvariabelkepuasankonsumen*Y* adalah0,218.
2. Koefisienregresivariabelkualitasproduk$X\_{1}$ sebesar 0,183, artinyajikavariabelkualitasproduk$X\_{1}$ meningkat 1 skor dengan asumsi variabel kualitaspelayanan$X\_{2}$konstan, makaakanmenyebabkankenaikanskorkepuasankonsumen*Y* sebesar 0,183padakonstanta 0,218.
3. Koefisien regresi variabel kualitaspelayanan$X\_{2}$ sebesar 0,658, artinya jika variabel kualitaspelayanan$X\_{2}$ meningkat 1 skor dengan asumsi variabel kualitasproduk$X\_{1}$ konstan, maka akan menyebabkan kenaikan skor kepuasankonsumen*Y* sebesar 0,658 pada konstanta 0,218.

# Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinearitas

Berdasarkan pengujian yang dilakukan multikolinearitas mempunyai tujuan untuk menemukan apakah ada dan tidaknya korelasi pada variabel bebas. Nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinearitas dan apabila VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Adapun hasil mengenai uji muktikolinearitas dilihat dari Tabel 4.14 sebagai berikut:

Tabel 4.14

Uji Multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .218 | 2.997 |  | .073 | .942 |  |  |
| KualitasProduk | .183 | .075 | .211 | 2.444 | .016 | .427 | 2.342 |
| KualitasPelayanan | .658 | .086 | .660 | 7.631 | .000 | .427 | 2.342 |
| a. Dependent Variable: KepuasaanKonsumen |

Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel Kualitas Produk dam Kualitas Pelayanan dibawah 10 dan nilai toleransinya diatas 0,1. Berdasarkan dari hasil tersebut tidak terdapat multikolinearitas dengan variabelbebas.

# Uji Heterokedastisitas

Untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, maka digunakan uji heteroskedastiditas. Adapun cara untuk mendeteksi hal tersebut, yaitu dengan melihat grafik *Scatterplot* seperti dibawah ini:



Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

dapat dijelaskan bahwa variabel bebas (*X*) dalam model merupakan homoskedastisitas, hal ini dikarenakan tidak terdapat pola yang jelas dan terdapat titik-titik yang menyebar berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

# Uji Hipotesis Uji F(Simultan)

Untuk dapat mengetahui hasil berpengaruh atau tidaknya dari variabel dependen secara bersama-sama atau biasa disebut dengan simultan. Adapun hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.15 sebagaiberikut.

Tabel 4.15 Uji F (Simultan)

|  |
| --- |
| **ANOVAa** |
| Modela | Sum of Squares | Dfa | Mean’Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 3582.784 | 2 | 1791.392 | 108.253 | .000b |
| Residual | 1605.176 | 97 | 16.548 |  |  |
| Total | 5187.960 | 99 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: Kepuasaan Konsumen |
| b. Predictors: (Constant), Kualitas Prdouk, Kualitas Pelayanan |

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.15 diatas maka dapat diartikan bahwa nilai F hitung sebesar 108,253 dengan tingkat signifikansi dari hasil uji F sebesar 0,000<0,05 maka secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasaan Konsumen Gulai Tikungan Blok M.

# Uji t (Parsial)

Untuk dapat mengetahui hasil berpengaruh atau tidaknya dari variabel dependen secara sendiri-sendiri atau biasa disebut dengan parsial. Adapun Tabel dari

4.16 digunakan untuk melihat hasil dari uji t yaitu:

Tabel 4.16 Uji t (Parsial)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .218 | 2.997 |  | .073 | .942 |  |  |
| Kualitas Produk | .183 | .075 | .211 | 2.444 | .016 | .427 | 2.342 |
| Kualitas Pelayanan | .658 | .086 | .660 | 7.631 | .000 | .427 | 2.342 |
| a. Dependent Variable: Kepuasaan Konsumen |

 |

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil dari signifikansi yang diperoleh t-uji untuk variabel Kualitas Produk 2,444 lebih besar dari nilai ttabel (n=98) 1,66055 atau 2,444 > 1,66055 dan nilai signifikansi 0,016 < 0,05 dikatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variable Kualitas Produk terhadap Kepuasaan Konsumen Gulai Tikungan Blok M.
2. Berdasarkan hasil dari signifikansi yang diperoleh t-uji untuk variabel Kualitas Pelayanan 7,613 lebih besar dari nilai ttabel (n=98) 1,66055 atau 7,613 > 1,66055 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dikatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasaan Konsumen Gulai Tikungan Blok M.

# Uji Determinasi R square

Dalam uji koefisiensi determinasi (R2) digunakan untuk mengetahui pengaruh seberapa kemampuan model untuk menerangkan variasi dependen. Nilai R2 yang mendekati nilai 1 dinyatakan variabel independen (bebas) membagikan mencapai seluruh informasi yang diperlukan memprediksi variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini koefisien determinasi adalah nilai Adjusted R square, karena lebih bisa dipercaya dalam mengevaluasi model regresi.

Tabel 4.17

Uji Adjust R square



Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Dari tabel 4.17 diatas diketahui seluruh nilai adjusted R square adalah 0,684. Yang berarti seluruh variabel bebas yaitu kualitas produk, dan kualitas pelayanan mempunyai kontribusi secara bersamaan sebesar 68,4% terhadap kepuasaan konsumen. Sedangkan nilai 31,6% adalah sisa yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

# Implikasi Penilitian

Hasil penelitian Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dalam penelitian in sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulana Rajab Hasanuddin (2019), penelitian yang mereka lakukan mendapatkan hasil bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, sedangkan penelitian yang saya teliti mendapatkan hasil bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasaan Kosnumen.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terdapat adanya pengaruh signifikan terhadap Kepuasaan Konsumen

# Simpulan dan saran Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasaan Konsumen . Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 Konsumen dari Gulai Tikungan Blok M. Berdasarkan data yang telah di uji dan terkumpul, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh secara simultan dari variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasaan Konsumen.
2. Terdapat pengaruh secara parsial dari variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasaan Konsumen.

# Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterba

tasan antara lain:

1. Keterbatasan penelitian yang dilakukan ini hanya dilaksanakan pada Konsumen Gulai Tikungan Blok M dan untuk mengukur Kepuasaan Konsumen ada banyak variabel yang dapat digunakan akan tetapi yang diteliti oleh peneliti hanya menggunakan 2 variabel saja yaitu hanya menggunakan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.
2. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner, Penelitian ini hanya menggunakan 100 responden, jumlah yang tidak terlalu besar dan didalam penelitian ini peneliti tidak bisa melihat secara langsung, mengantisipasi dan mengetahui responden yang hanya asal menjawab didalam penyebaran pengisian kuisioner tersebut.

# Saran

Mengenai penelitian yang telah dilakukan dapat ditemukan beberapa saran

yang didasarkan pada hasil temuan antara lain:

1. Kepada perusahaan
	1. Gulai Tikungan Blok M mampu menyediakan tempat yang nyaman dan penyajiannya, khususnya untuk masyarakat Kebayoran Lama Utara dan umumnya untuk seluruh masyarakat di Indonesia..
	2. Gulai Tikungan Blok M tetep melakukah pelayanan yang ramah dalam keadaan ramai maupun tidak, agar para pelanggan dapat menemukan kenyamanan ketika mengunjungi Gulai Tikungan Blok M. Karena pelayanan yang diberikan akan selalu dinilai oleh para pelanggan.
	3. Gulai Tikungan Blok M untuk lebih memperhatikan Kualitas pelayanan yang ramah atau membuka lokasi yg lebih luas, pelayanan terhadap para pelanggan yang memudahkan dan memberikan kenyamanan..
	4. Gulai Tikungan Blok M perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan guna kepuasaan konsumen dapat terus meningkat..
2. kepada peneliti
	1. Mengukur Kepuasaan Konsumen bisa menggunakan maupun menambah variabel selain dari penelitian ini agar bisa mendapatkan dan memperoleh hasil yang lebih maksimal dan bisa lebihefisien.
	2. Penambahan dari jumlah responden yangdipakai.
	3. Penggunaan mengenai teori haruslah terbaru yangdipakai.

# Daftar Pustaka

Abimanyu, T., Elpawati, E., & Nugraha, A.T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Walini di Industri Hilir Teh PT. Perkebunan Nusantara VIII Bandung. Agribusiness journal,13(1),82-95.

Andreassen, T.W., Lindestad, B., & Barometer, C.S. (1997). Customer Loyalty and Complex Services: The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction. Management, 8(4).

Andreyani, G., Rendy, R., Nyonata, R. A., Ardiles, Z., & Anggoro, M.A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kotak Telur pada PT Mega Sari Agung Sejahtera Langkat Medan. Aksara Public, 3 (3), 148-161.

Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas pada Bank BJB. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis, 2 (1), 49-63

Barry R, Heizer, Jay (2001). Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi, Penerbit Salemba Empat dan Pearson Education Asia, Ptc. Ltd.

Dewi, E. R., Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019) .Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada UD. Plastik Bagong Trenggalek. Jimek: JurnalI lmiah Mahasiswa Ekonomi, 2 (2), 265-280.

Fandy, Tjiptono (2000). Perspektif Manajemen dan Pemasaran.Yogyakarta: Andi.

Fatin, W.A., Ato’illah, M., & Lestari, D.E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Es Krim Glico Wings (Studi Kasus di Outlet Anugerah Abadi Lumajang). Jobman: Journal of Organization and Bussines Management, 1 (2),155-165.

Fatini, N.A., & Dewi, R.S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisatawan Aprastha Gedong Songo Park Kabupaten Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 10 (1), 110-120.

Frank M. Gyrna, Juran, J.M. (1993). Edisi 3. Quality Planning and Analysis. Singapore: McGraw-Hill International Editions.

Gerson, Richard F. (2004). Mengukur Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PPM.

Handi, Irawan (2008). Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan. Cetakan Pertama: PT. Gramedia: Jakarta.

Hasanuddin, M.R., Rachma, N., & Wahono, B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pelanggan Kedai Kopi MrBeard Coffee Jl, Saxophone No.47 Tunggul Wulung Lowokwaru Malang). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 9(11).

Hermawan, Sigit. (2018). 2018-Persepsi Pemilik dan Pengetahuan Akuntansi UMKM. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 3 (2).

J. Paul Peter, Jerryc. Olson. (2000). Consumer Behavior Perilaku Konsumen 2nd. ed. 4 Jakarta: Penerbit Erlangga.

John Wirtz, Lovelock C. (2011). “Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7”. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). Manajemen pemasaran.

Nasution, T.I.S., & Kurniawati, T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Nissan Grand Livina. Jurnal Ecogen, 1(4), 880-886.

Novitawati, R.A.D., & Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 8 (4), 175-180.

Nursya’bani, Purnama (2006). Manajemen Kualitas Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Ekonisia.

Putra, A. P. (2017). Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen BPJS Ketenagakerjaan pada Program Jaminan Hari Tua (JHT) di Samarinda. Jurnal Psikologi.

Purnamasari, I.Y., Suwena, K.R., & Haris, I.A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 5(1).

Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2008). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta, Selemba Empat.

Rizal, S. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar. Jurnal Ekonomi Balance, 7 (1), 20-31.

Saputra, N.H., Thalib, S., & Hendratni, T.W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Online Store Guzzle di Media Sosial. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4 (S1), 709-718.

Song X. Michael and Parry M.E. (1997), The Determinant sof Japanese New Product Successes. Journal of Marketing Research, Vol. XXXIV February 1997. Pp.64-76.

Sudaryono. (2014). Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.

Tony Wijaya. (2011). Manajemen Kuelitas Jasa, Kembangan-Jakarta Barat: PT.Indeks.

Warokka, C.A., Lapian, J., & Jorie, R.J. (2015). Pengaruh Eksperiental Marketing dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Mobil Suzuki Ertiga pada PT. Sinar Galesong Prima Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 3(1).

Wibowo, I., & Samad, A. (2016).Pengaruh Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs di Kota Bekasi. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 4(3).

Yamit, Zulian. (2005). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Jakarta: EKONISIA

 . (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

 . (2008). Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Jakarta . Penerbit Erlangga

 . (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta. PT. Indeks.

 . (2013). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi.

 . (2013). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa . Yogyakarta : Ekonisia

 . (2014). Pemasaran Jasa. Gramediaa

https://food.detik.com/info-kuliner/d-3903307/meski-di-tikungan-gule-enak-ini-masih-eksis-hingga-kini

[https://poskotanews.com](https://poskotanews.com/)

https://poskotanews.com/2017/07/17/gultik-blok-m-kuliner-favorit-warga-jakarta/

<https://travel.kompas.com/read/2013/09/10/0815279/Gulai.Tikungan.Kuliner.Kaki.Lima.Ternama>

https://www.kompasiana.com/foodlove/59dc31523f8bf40ca8606ab2/gulaitikungan-blok-m-kuliner-murah-jakarta-yang-tak-boleh-kamu-lewatkan.

# Muhammad Fuad Khasan \*) Adalah Alumni FEB Universitas Muhammadiyah Prof DR Hamka

**Ety Rochaety \*\*)Adalah Dosen FEB Universitas Muhammadiyah Prof DR Hamka**

**Deni Adha Akbari \*\*\*) Adalah Dosen FEB Universitas Muhammadiyah Prof DR Hamka**