

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN GULAI TIKUNGAN BLOK M

Muhammad Fuad Khasan, Ety Rochaety, Deni Adha Akbari

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof Dr HAMKA

Email: matkecot38@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dari 100 responden dari komunitas kebayoran lama utara ja yang pernah mengunjungi gulaitikungan blok m. pengolahan data menggunakan analisis regresi dengan menggunakan statistik ibm spss 25. Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan media berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. , hal ini terlihat dari hasil nilai fhitung sebesar 108,253 lebih besar dari nilai tabel ($n = 98, 2$) 3,09 atau $108,253 > 3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti variabel bebas (x), yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (y) yaitu kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan gulaitikunganblok m diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. kepuasan konsumen dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

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

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 kuah dan sering disebut dengan istilah gultik atau gulai tikungan. Sesuai namanya, kuliner murah Jakarta ini memang terletak di pinggir 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 [foodetik.com](https://food.detik.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 pengusaha harus mengutamakan 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](https://poskotanews.com) 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, kemajuan 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 disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan 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 Kepuasan Konsumen.

KAJIAN TEORI

Kepuasan Konsumen adalah suatu reaksi terhadap penilaian yang dialami antara harapan yang diinginkan dan yang dialami setelah penggunaan (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004 dalam Christy Angelina Warokka, 2015).

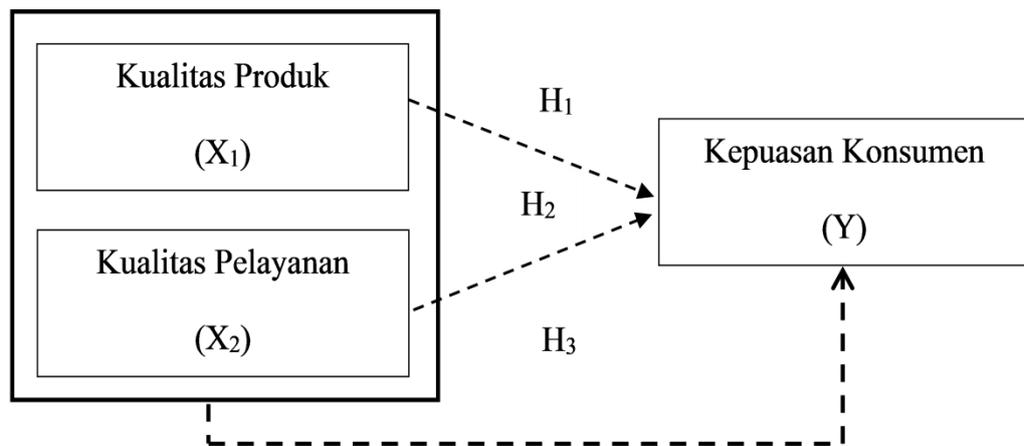
Kotler and Armstrong (2012) arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakannya, hal ini termasuk

keseluruhan dari kemudahan pengoperasian, durabilitas, reliabilitas, ketepatan, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

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

Kerangka Teoritis

Berikut ini adalah skema pemikiran teoritis secara garis besar:



Keterangan : - - - - : Pengaruh secara simultan
———— : Pengaruh secara parsial

Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji kebenarannya, 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.

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional Variabel

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.

1. Kepuasan Konsumen

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

2. Kualitas Produk (X1)

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

3. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas Pelayanan rangkaian 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 kuisisioner. Metode kuisisioner 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 dengan bantuan aplikasi SPSS 25.

HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

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.	Kepuasan 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 Kepuasan Konsumen memiliki

nilai KMO $0,632 > 0,5$. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dinyatakan valid karena nilai KMO masing- masing variabel lebih besar dari $0,5$.

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	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
1.	Kualitas Produk	0,851	6	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan	0,896	6	Reliabel
3.	Kepuasan 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 $0,896 > 0,6$.

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

1. 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 Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.02664849
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.071
	Negative	-.072
Test Statistic		.072

Asymp. Sig. (2-tailed) .200^{c,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 (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan 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
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta					
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: KepuasanKonsumen

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2$$

$$Y = 0,218 + 0,183 X_1 + 0,658 X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a =Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Kualitas Pelayanan

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

1. Terdapat nilai konstanta sebesar 0,218, dapat dinyatakan jika nilai kualitas produk X_1 , kualitas pelayanan X_2 ,

samadengannol, makanilaiskorvariabelkepuasankonsumen Y adalah0,218.

2. Koefisien regresivariabelkualitasproduk X_1 sebesar 0,183, artinyajika variabelkualitasproduk 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

Coefficients^a

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

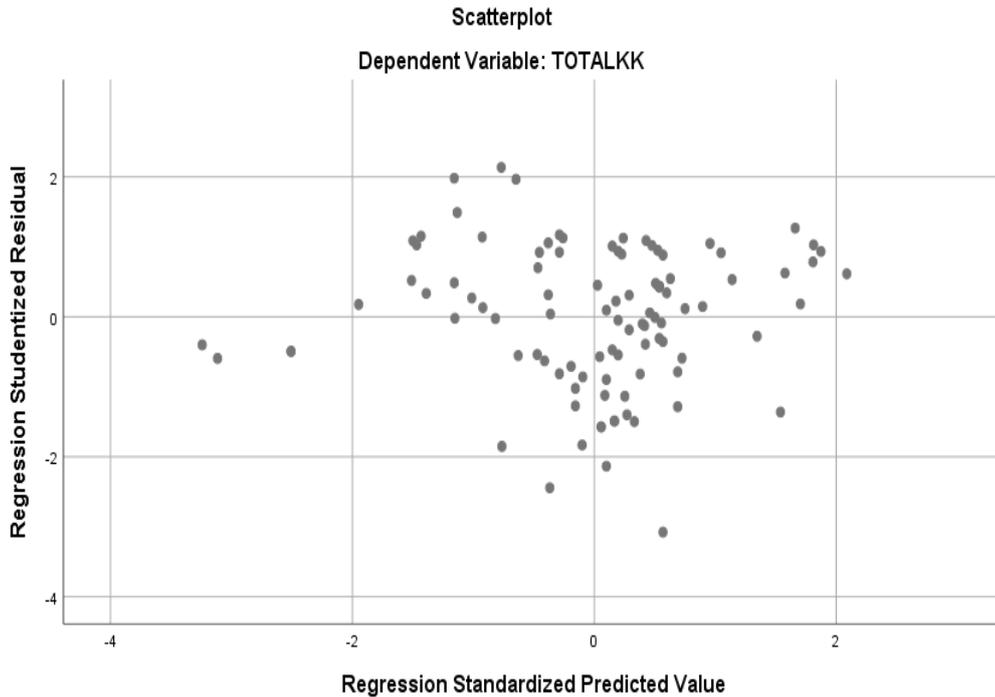
a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel Kualitas Produk dan 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)

ANOVA^a

Modela		Sum of Squares	of Dfa	Mean'Squar e	F	Sig.
1	Regression	3582.784	2	1791.392	108.253	.000 ^b
	Residual	1605.176	97	16.548		
	Total	5187.960	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan 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 Kepuasan 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)

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	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: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat disimpulkan bahwa:

Berdasarkan hasil dari signifikansi yang diperoleh t-uji untuk variabel Kualitas Produk 2,444 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($n=98$) 1,66055 atau $2,444 > 1,66055$ dan nilai signifikansi $0,016 < 0,05$ dikatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Gulai Tikungan Blok M.

Berdasarkan hasil dari signifikansi yang diperoleh t-uji untuk variabel Kualitas Pelayanan 7,613 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($n=98$) 1,66055 atau $7,613 > 1,66055$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dikatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Gulai Tikungan Blok M.

Uji Determinasi R square

Dalam uji koefisiensi determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui pengaruh seberapa kemampuan model untuk menerangkan variasi dependen. Nilai R^2 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

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.831 ^a	.691	.684	4.068	2.036

a. Predictors: (Constant), TOTALKPE, TOTALKP

b. Dependent Variable: TOTALKK

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 kepuasan konsumen. Sedangkan nilai 31,6% adalah sisa yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Implikasi Penelitian

Hasil penelitian Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dalam penelitian ini 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 Kepuasan Kosnumen.

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

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan 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 Kepuasan Konsumen.
2. Terdapat pengaruh secara parsial dari variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Keterbatasan penelitian yang dilakukan ini hanya dilaksanakan pada Konsumen Gulai Tikungan Blok M dan untuk mengukur Kepuasan 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. 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 kuisisioner tersebut.

Saran

Mengukur Kepuasan Konsumen bisa menggunakan maupun menambah variabel selain dari penelitian ini agar bisa mendapatkan dan memperoleh hasil yang lebih maksimal dan bisa lebih efisien.

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.
- 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: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2 (2), 265-280.
- Fandy, Tjiptono (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- 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
<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>.