



PENGARUH KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PIZZA HUT DI KELAPA GADING JAKARTA UTARA

Lydia Hadiwijaya

Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta



Hak cipta milik IBI Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan pada Pizza Hut di Kelapa Gading. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dimana metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *judgment sampling*. Data diolah menggunakan aplikasi lisrel 8.80 dan mendapatkan hasil penelitian bahwa kualitas layanan tidak terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut di Kelapa Gading Jakarta Utara, sedangkan kualitas produk terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut di Kelapa Gading Jakarta Utara.

Abstract

This research purpose is to know if service quality, and product quality are influence to customers satisfaction at Pizza Hut in Kelapa Gading, North Jakarta. This research is quantitative research and using non-probability sampling method with judgment sampling technique. This research using Lisrel 8.80 to processing the data and the result is service quality not proven effect on customer satisfaction at Pizza Hut in Kelapa Gading, North Jakarta and product quality positively affects on customer satisfaction at Pizza Hut in Kelapa Gading, North Jakarta.

Keywords

Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Pizza Hut

Pendahuluan

Persaingan bisnis makanan sangat marak di zaman sekarang ini karena berbisnis makanan tidak akan pernah mati. Hal tersebut disebabkan karena setiap hari semua orang pasti mencari makan untuk kebutuhan hidupnya. Banyak pembisnis makanan yang sukses karena mereka mampu melihat peluang bahwa makanan yang mereka jual pasti akan meningkat dari tahun ke tahun dan mereka mampu memanfaatkan peluang tersebut. Setiap pembisnis makanan harus mampu bersaing dengan pembisnis lain yang menjual produk atau jasa sejenis. Mereka harus mampu menciptakan inovasi produk yang diharapkan dan diinginkan oleh para pelanggan dengan tujuan untuk menarik minat pelanggan dalam membeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan di pasar. Salah satu industri makanan yang meningkat sampai saat ini adalah industri roti dimana kita tahu bahwa jenis roti termasuk di Indonesia sangat beragam mulai dari roti tawar, roti isi, donat dan roti ala Italia yaitu pizza yang cukup digemari sekarang ini. Salah satu restoran pizza yang terkenal adalah Pizza Hut. Pizza Hut sendiri banyak disukai oleh semua kalangan dan mudah ditemui di kota besar termasuk di Jakarta. Kualitas layanan dapat dilihat pada saat perusahaan melayani pelanggan dengan handal dan akurat serta tepat waktu. Perusahaan juga harus mampu memberikan standar kesopanan dan standar pengetahuan bagi karyawannya agar dapat melayani pelanggan dengan baik. Begitu juga kualitas produk dimana kualitas produk suatu perusahaan dapat dilihat bagaimana cara pengemasan dan penyajian produk. Semua itu difokuskan berdasarkan standar produk yang tinggi. Dalam menghadapi persaingan bisnis Pizza Hut juga focus untuk memuaskan pelanggannya agar dapat meningkatkan profit yang besar. Pelanggan yang puas akan mau membeli lagi dan merekomendasikan kepada orang-orang terdekatnya.

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Teori Penunjang

Layanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009:36).

Layanan adalah bentuk produk yang terdiri dari kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan apapun (Philip Kotler & Gary Armstrong, 2012:248).

Kualitas Layanan adalah setiap totalitas atas fitur dan karakteristik dari sebuah jasa yang ditawarkan satu pihak ke pihak lainnya, dimana pada dasarnya tidak berwujud atau tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Untuk membuat kuesioner, digunakan dimensi Kualitas Layanan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:52) yaitu :

1. Keandalan (*reability*)
2. Daya tanggap (*responsiveness*)
3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*empathy*)
5. Hal-hal berwujud (*tangible*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, tempat,property,organisasi,informasi dan ide (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009 :4).

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, akuisisi,penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan (Philip Kotler & Gary Armstrong 2012:248).

Kualitas Produk adalah salah satu alat utama bagi pemasar, yang memiliki dampak langsung terkait pada produk atau kinerja pelayanan dan berhubungan pada nilai dan (Philip Kotler & Gary Armstrong, 2012:254).

Kualitas Produk adalah penilaian terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan oleh perusahaan, dalam rangka memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Untuk membuat kuesioner, digunakan dimensi Kualitas Produk menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:8) yaitu :

1. Bentuk
2. Fitur (*feature*)
3. Kualitas kinerja (*performance quality*)
4. Kualitas kesesuaian (*conformance quality*)
5. Daya tahan (*durability*)
6. Keandalan (*reliability*)
7. Gaya (*style*)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan (produk atau hasil) terhadap ekspetasi mereka (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009:138).

Untuk membuat kuesioner, digunakan dimensi Kepuasan Pelanggan menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2009:140) yaitu :

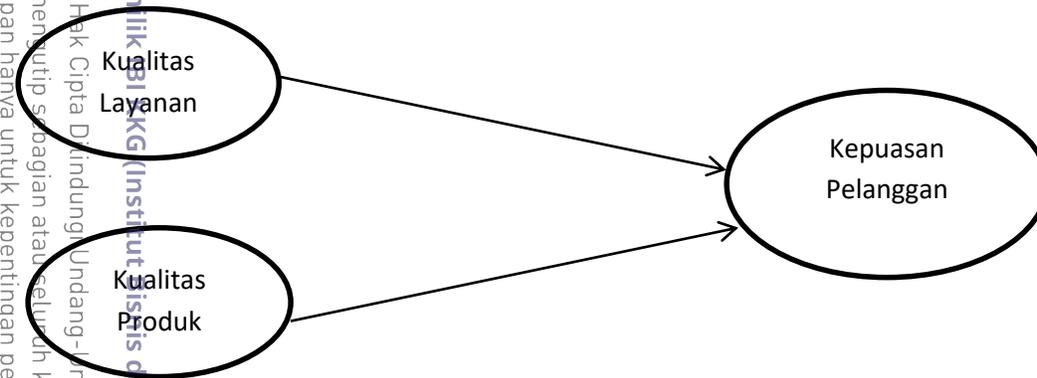
1. Tetap setia untuk waktu yang lebih lama
2. Membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama
3. Membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain
4. Tidak terlalu mementingkan merek pesaing
5. Tidak sensitif terhadap harga
6. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan
7. Biaya pelayanannya murah



Mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan Philip Kotler & Keller (2009:140) yaitu :

1. Survei berkala
2. Analisa tingkat kehilangan pelanggan
3. Belanja Misterius
4. Melacak kinerja pesaing

Kerangka berpikir dari penelitian ini diilustrasikan sebagai berikut :



Hipotesis penelitian :

- H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
 H2 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah mengonsumsi produk Pizza Hut di Kelapa Gading Jakarta Utara. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dimana metode yang digunakan adalah *judgment sampling*. Sampel didapat dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 150 orang responden. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan aplikasi Lisrel 8.80.

Hasil dan Pembahasan

1. Analisis Deskriptif

Tabel 1.1 Analisis Deskriptif

Variabel	Rata-Rata	Selang Kepercayaan	
		Batas Bawah	Batas Atas
Kualitas Layanan	3,8533	3,7516	3,9551
Kualitas Produk	3,8908	3,7951	3,9865
Kepuasan Pelanggan	3,6300	3,5116	3,7484

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Analisis one sample statistic

Tabel 2.1 One-Sample Test

Variabel	Rata-Rata	Selang Kepercayaan	
		Batas Bawah	Batas Atas
KL1	3,64667	3,4970	3,7964
KL2	4,04667	3,9222	4,1711
KL3	4,06000	3,9343	4,1857
KL4	3,71333	3,5622	3,8644
KL5	3,62667	3,4697	3,7837
KL6	3,92000	3,7885	4,0515
KL7	4,02000	3,8859	4,1541
KL8	4,04000	3,9148	4,1652
KL9	3,63333	3,4980	3,7687
KL10	3,69333	3,5404	3,8463
KL11	3,92667	3,7818	4,0716
KL12	3,91333	3,7826	4,0441
KL13	3,85333	3,7081	3,9986

Kesimpulan : dari semua indikator dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan layanan yang diberikan oleh restoran Pizza Hut baik dan Pizza Hut sendiri harus lebih mengembangkan serta meningkatkan kualitas layanannya.

Tabel 2.2 One-Sample Test

Variabel	Rata-Rata	Selang Kepercayaan	
		Batas Bawah	Batas Atas
KPR1	3,88667	3,7605	4,0128
KPR2	3,62667	3,4538	3,7996
KPR3	4,11333	3,9929	4,2338
KPR4	3,90667	3,7740	4,0393
KPR5	4,04000	3,9361	4,1439
KPR6	3,99333	3,8835	4,1031
KPR7	3,80667	3,6598	3,9535
KPR8	3,80000	3,6576	3,9424
KPR9	4,05333	3,9369	4,1697
KPR10	3,82000	3,6800	3,9600
KPR11	3,90667	3,7822	4,0311
KPR12	3,90000	3,7750	4,0250
KPR13	3,72667	3,5920	3,8613

Kesimpulan : dari keseluruhan indikator dapat disimpulkan bahwa restoran Pizza Hut mampu menyediakan produk (dine in/take away) yang baik dan bervariasi sesuai dengan selera pelanggan. Rasa

makanan dan minuman pun tidak berubah dari waktu ke waktu hingga sekarang. Jadi Pizza Hut harus lebih meningkatkan dan mengembangkan kinerja kualitas produknya.

Tabel 2.3 One-Sample Test

Variabel	Rata-Rata	Selang Kepercayaan	
		Batas Bawah	Batas Atas
KP1	3,65333	3,5135	3,7932
KP2	3,63333	3,4857	3,7810
KP3	3,56667	3,4087	3,7246
KP4	3,66667	3,5260	3,8074

3. Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan lisrel 8.80. Indikator pertanyaan dapat dinyatakan valid apabila *t-value* lebih besar dari 1,96 (*t-table*). Indikator yang valid dapat diartikan bahwa indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya ingin diukur dalam penelitian.

4. Uji Reliabilitas Konstruk

Suatu reliabilitas konstruk dikatakan baik jika *construct reliability*-nya $\geq 0,70$ dan nilai *variance extracted*-nya $\geq 0,50$.

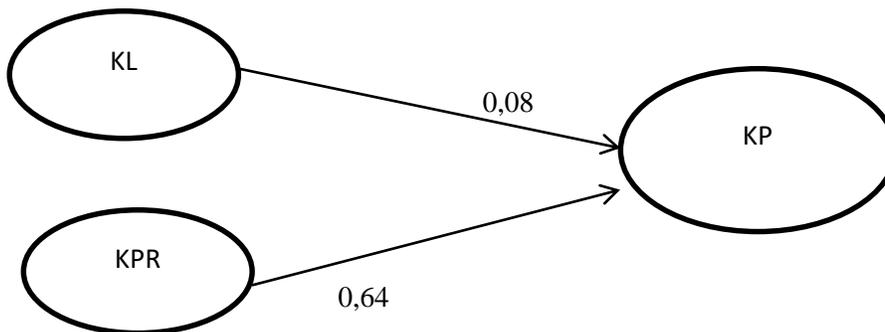
Tabel 4.1 Construct Reliabilty

Variabel	CR
Kualitas Layanan	0,92
Kualitas Produk	0,92
Kepuasan Pelanggan	0,82

5. Hasil Model Persamaan Struktural

a. Koefisien Jalur Terstandarisasi

Gambar 5.1

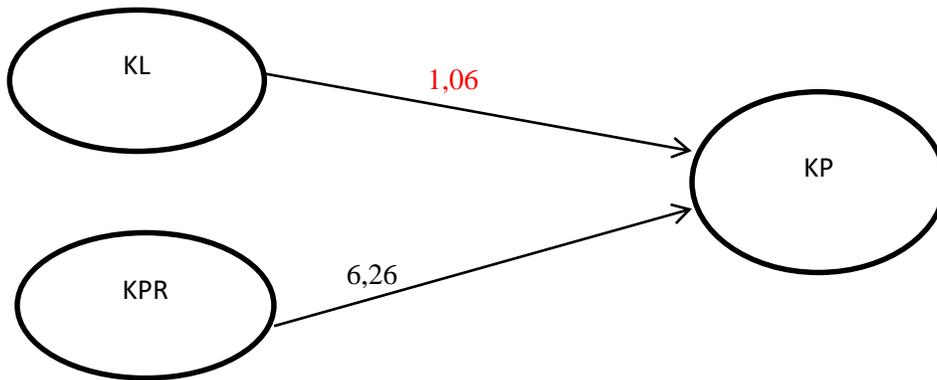


Gambar 5.1 menunjukkan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,08 sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,64. Hal ini dapat dikatakan bahwa pengaruh kualitas produk lebih dominan terhadap kepuasan pelanggan dimana pengaruh kualitas produk lebih besar dibandingkan pengaruh kualitas layanan.



b. Uji Hipotesis Penelitian

Gambar 5.2



Hipotesis 1 menyatakan Kualitas Layanan tidak terbukti berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tidak diterima, dimana pada gambar 5.2 diperoleh hasil pengujian t -value sebesar 1,06 (t -value < 1,96)

Hipotesis 2 menyatakan Kualitas Produk terbukti berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil dari pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima, dimana pada gambar 5.2 diperoleh hasil pengujian t -value sebesar 6,26 (t -value > 1,96)

Pembahasan

1. Kualitas Layanan di Pizza Hut dapat dilihat dari ketiga belas indikatornya, mayoritas menghasilkan kualitas layanan yang sudah baik. Dimensi-dimensi dalam kualitas layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan hal-hal berwujud merupakan dasar untuk menilai baik atau buruknya kualitas layanan. Hasil pengujian kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan tidak terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis tidak diterima dimana diperoleh hasil pengujian t -value sebesar 1,06 atau lebih kecil dari 1,96 (< 1,96). Hal ini dapat terjadi karena kualitas layanan yang baik belum tentu akan diikuti oleh kepuasan pelanggan yang baik, dimana pada penelitian ini kualitas layanan-nya baik tetapi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas Produk di Pizza Hut dapat dilihat dari ketiga belas indikatornya, mayoritas menghasilkan kualitas produk yang sudah baik bagi pelanggan. Dimensi-dimensi dalam kualitas produk seperti bentuk, fitur, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, daya tahan, keandalan dan gaya merupakan dasar untuk menilai baik atau buruknya kualitas produk. Hasil pengujian kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah terdapat bukti kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian hipotesis menunjukkan hipotesis dapat diterima dimana diperoleh hasil pengujian t -value sebesar 6,26 atau lebih besar dari 1,96 (> 1,96). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Basrah Saidani, Samsul Arifin (2012) yang menyatakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan MIPA) dan dilindungi oleh Undang-Undang. Kwik Kian GIE School of Business

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk.

Saat ini terbukti bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan terutama pada restoran Pizza Hut di Kelapa Gading Jakarta Utara.

Kesimpulan & Saran

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil pengolahan data Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan diuraikan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan pada Pizza Hut di Kelapa Gading sudah baik.
2. Kualitas produk pada Pizza Hut di Kelapa Gading sudah baik.
3. Kepuasan pelanggan pada Pizza Hut di Kelapa Gading sudah baik
4. Kualitas layanan tidak terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut di Kelapa Gading.
5. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut di Kelapa Gading.

Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Manajemen Pizza Hut :

Pizza Hut memiliki kualitas layanan yang sudah baik, walaupun tidak terdapat bukti bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, diharapkan dapat terus menjaga dan lebih meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

Pizza Hut memiliki kualitas produk yang sudah baik dan diharapkan Pizza Hut dapat terus menjaga produk yang ada, karena kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya :

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan dengan lebih kompleks dan lebih baik lagi. Penelitian selanjutnya juga dapat dikembangkan dengan menambah variabel lain baik variabel latent, variabel endogen, maupun variabel eksogen seperti Promosi, Loyalitas Pelanggan, Keputusan Pembelian, Harga, Kemasan, Lokasi, *Brand Ambassador*, *Word of Mouth Brand Equity*, dan lain sebagainya sehingga dapat menghasilkan fakta baru yang bisa dipelajari oleh banyak orang.

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini dapat peneliti kerjakan dan selesaikan dengan bantuan dari banyak pihak dan peneliti sangat berterima kasih kepada mereka yang sangat membantu peneliti baik secara langsung dan tidak langsung, terutama adalah Tuhan Yang Maha Esa, orang tua dan keluarga peneliti, Bpk. Tumpal sebagai dosen pembimbing selama peneliti mengerjakan penelitian, para dosen dan para karyawan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, dan sahabat-sahabat peneliti.

Daftar Pustaka

Aniek Indrawati, Aniek (2011), *Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen*.



Aryadi, Doddy Febri (2013), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Giant Supermarket Dinoyo Malang.*

Basrah Saidani, Samsul Arifin (2012), *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market Pondok Indah Jakarta Selatan.*

Bisnis makanan harus memiliki rotasi keuangan dan tenaga kerja yang baik, diakses 20 Maret 2016, <https://www.investasionline.net>

Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2006), *Metode Riset Bisnis*, edisi ke-9, Jakarta: PT Media Global Edukasi.

John Hendra , Maria Josephine (2011), *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ketty Resto.*

Kotler, Philip, dan Kevin L. Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-13.

Kotler, Philip, dan Gary M. Armstrong (2012), *Principles of Marketing*, Edisi ke-14 E, Global Edition, USA: Pearson.

Logo Pizza Hut, diakses 14 April 2016, <https://www.google.co.id/search?q=logo+pizza+hut>

Makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang paling utama, diakses 20 Maret 2016, <https://www.maxmanroe.com>

Michelle Wirawan (2015), Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut Mall Of Indonesia

Pizza Hut memiliki menu beragam dan bervariasi, diakses 20 Maret 2016, <http://www.pizzahut.co.id>

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sejarah Restoran Pizza Hut, diakses 20 Maret 2016, https://id.wikipedia.org/wiki/Pizza_Hut

Siunjak, Humpal, dan Sugiarto (2006), *Lisrel*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (1988), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

Viona Aprilya (2013), *Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jco Cabang Padang*.