

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GEPREK BENSU DI KOTA HARAPAN INDAH BEKASI

Claudia Ade Juantonia Radiman
claudia.ade.juantonia@gmail.com

Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M.
abdullah.rakhman@kwikkiangie.ac.id

Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta, 14350

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada 150 sampel pelanggan Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, dan analisis regresi ganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Kesimpulan dari hasil analisis dalam penelitian ini adalah terbukti bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

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

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction of Geprek Benu in Kota Harapan Indah Bekasi. The method used in this research is a Non-Probability Sampling method with purposive sampling technique. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 150 samples of Geprek Benu customers in Kota Harapan Indah Bekasi. Data analysis techniques used is the validity test, reliability test, descriptive analysis, and multiple regression analysis with the use of SPSS 25. In conclusion the results of the analysis proves that Product Quality and Service Quality has a positive impact towards Consumer Satisfaction.

Keyword: *Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam dunia ekonomi, terdapat tingkatan terhadap pemenuhan akan kebutuhan barang dan jasa. Tingkatan tersebut adalah keinginan dan kebutuhan. Kebutuhan adalah semua barang ataupun jasa yang di butuhkan manusia demi menunjang segala aktivitas dalam kehidupan sehari-hari manusia tersebut. Kebutuhan tidak akan lepas dari kehidupan sehari-hari. Makanan termasuk salah satu kebutuhan pokok yang tidak dapat lepas dari kehidupan manusia sehari-hari.

Hal ini menjadi peluang untuk para pembisnis yang bertujuan yakni untuk mendapatkan kepuasan pelanggan, terlebih untuk mendapatkan keuntungan atau yang biasa kita sebut *profit*.

Kuliner makanan yang ada di Indonesia sangat beranekaragam, keberagaman makanan ini mampu membuat siapa pun ingin mencicipi cita rasa dari kuliner di Indonesia. Salah satu menu makanan yang banyak dijual di warung makan atau restaurant ini ialah ayam geprek. Menu makanan yang satu ini sangat nikmat apabila dimakan sebagai menu makan pagi, siang, atau malam. Ayam geprek menjadi salah satu makanan khas dengan cita rasa yang unik, penyajian ayam pun berbeda dengan ayam goreng pada umumnya, sebab ayam digeprek sehingga hasil ayam hancur. Sehingga makanan ini terlihat unik dan menarik ditambahi dengan sambal di atasnya. Peluang usaha ayam geprek ini menjadi menguntungkan untuk dijalankan apalagi harga ayam geprek dipasaran cukup terjangkau. (argowindo.com)

Ayam geprek sebenarnya bukanlah kuliner yang benar-benar baru. Ayam geprek merupakan kuliner khas Yogyakarta, Jawa Tengah yang sudah ada sejak zaman penjajahan Belanda. Dinamakan ayam geprek karena kuliner ini terbuat dari ayam yang telah digoreng hingga garing, lalu digeprek atau ditumbuk dengan sebuah alat seperti ulekan sehingga tampilannya mirip seperti ayam goreng yang telah dihancurkan. Di Yogyakarta, ayam goreng disajikan di atas piring tanah liat dengan tambahan sambal pedas dan sayuran segar sebagai lalapan. (pergikuliner.com)

Seiring dengan inovasi atau perkembangan resep yang terkandung dalam unsur utama adalah ayam yang di buat sedemikian rupa menjadi ayam geprek yang di bumbu dengan sambal. Sejalan dengan perkembangan jaman dan tingkat populasi ayam geprek sangat di gemari oleh masyarakat.

Bisnis kuliner ini, ternyata tidak hanya menggiurkan bagi masyarakat kebanyakan yang tidak ingin bekerja monoton di kantor, tetapi juga para artis yang notabene-nya sudah memiliki penghasilan lebih dari berbagai proyek hiburannya. Banyak artis yang akhirnya terjun ke dunia bisnis kuliner bermodalkan nama besar. Hal ini sangat membantu membentuk pola pemikiran para calon konsumen yang mengenal sosok artis itu sendiri dan juga menjadi strategi yang digunakan para artis agar nama dan bisnisnya semakin melambung, salah satunya ialah artis dan presenter kondang di Indonesia yaitu Ruben Onsu yang membuka restoran dengan nama "Geprek Benu".

Geprek Benu berdiri sejak tahun 2017 dan sudah melebar ke seluruh penjuru Indonesia. Saat ini, lebih dari 120 outlet Geprek Benu sudah hadir di Indonesia. Diantaranya berada di Pulau Sumatera, Jawa, Bali, Kalimantan bahkan Nusa Tenggara, Sulawesi, Selain Indonesia Geprek Benu juga hadir di Hongkong, dan akan segera hadir di beberapa Negara lainnya. Geprek Benu terus melebarkan sayapnya karena melihat dari antusiasme masyarakat kepada Geprek Benu yang tidak pernah bosan dan dengan harga yang di ciptakan mampu menandingi usaha lainnya, dan membuat masyarakat terus memilih Geprek Benu sebagai makanan sehari-hari mereka. Untuk memuaskan pelanggan, Geprek Benu menyajikan kualitas produk dan memberikan layanan yang terbaik untuk para pelanggannya (geprekbenu.com).

Geprek Benu sangat di gemari oleh seluruh kalangan masyarakat. Untuk memuaskan pelanggan, Geprek Benu menyediakan kualitas produk dan memberikan layanan yang terbaik untuk para pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi.

Tujuan Penelitian

1. Kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi.
2. Kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi.
3. Pengaruh yang lebih dominan diantara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi.

Hipotesis Penelitian

H1 : Kualitas produk (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H2 : Kualitas layanan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y)

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Penelitian ini melakukan pengelolaan data dalam bentuk angka, lalu diberi penjelasan atau pandangan terhadap data tersebut.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian data yaitu Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi.

3. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian adalah pelanggan yang pernah membeli dan mengonsumsi Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi.

4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi. Kriteria yang dijadikan sampel yaitu pelanggan yang membeli dan mengonsumsi Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi.

5. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu berupa hasil jawaban 150 responden yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden dengan pertanyaan-pertanyaan mengenai kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner ke 150 responden yang pernah membeli dan mengonsumsi Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi.

7. Analisis Data

Dalam melakukan pengolahan dan analisis data, peneliti menggunakan alat bantu pengolahan data berupa perangkat lunak, SPSS 25. Pengujian yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	Validitas	Cronbach's Alpha	Reliabilitas
Kualitas Produk	KP1	0,708	Valid	0,856	Reliabel
	KP2	0,629	Valid		
	KP3	0,398	Valid		
	KP4	0,616	Valid		
	KP5	0,434	Valid		

	KP6	0,679	Valid		
	KP7	0,619	Valid		
	KP8	0,68	Valid		
	KP9	0,501	Valid		
Kualitas Layanan	KL1	0,673	Valid	0,919	Reliabel
	KL2	0,71	Valid		
	KL3	0,672	Valid		
	KL4	0,615	Valid		
	KL5	0,657	Valid		
	KL6	0,798	Valid		
	KL7	0,707	Valid		
	KL8	0,711	Valid		
	KL9	0,718	Valid		
	KL10	0,703	Valid		
	KL11	0,795	Valid		
	KL12	0,396	Valid		
Kepuasan Pelanggan	KPL1	0,551	Valid	0,899	Reliabel
	KPL2	0,77	Valid		
	KPL3	0,816	Valid		
	KPL4	0,703	Valid		
	KPL5	0,79	Valid		
	KPL6	0,739	Valid		

Dari uji validitas dapat dilihat bahwa semua hasil Corrected Item-Total Correlation memiliki hasil yang lebih besar daripada angka 0.361, maka data diatas dapat digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Sedangkan dari uji reliabilitas dapat dilihat bahwa semua hasil Cronbach's Alpha nya melebihi angka 0.70, berarti jawaban dari responden dikatakan reliabel/stabil dari waktu ke waktu.

2. Analisis Deskriptif

Hasil Uji Analisis Deskriptif

Variabel	Indikator	MEAN
Kualitas Produk	KP1	3,88
	KP2	3,71
	KP3	3,95
	KP4	4,09
	KP5	4,23
	KP6	3,54
	KP7	3,75
	KP8	3,78
	KP9	4
Rata-rata Kualitas Produk		3,88
Kualitas Layanan	KL1	4,17
	KL2	4,04
	KL3	3,79

	KL4	3,79
	KL5	3,84
	KL6	3,85
	KL7	3,96
	KL8	3,65
	KL9	3,67
	KL10	3,83
	KL11	3,91
	KL12	3,83
Rata-rata Kualitas Layanan		3,86
Kepuasan Pelanggan	KPL1	4,12
	KPL2	3,97
	KPL3	3,93
	KPL4	4,01
	KPL5	3,95
	KPL6	3,93
Rata-rata Kepuasan Pelanggan		3,98

Dari hasil uji deskriptif peneliti bertujuan untuk melihat kualitas data penelitian yang ditunjukkan dengan nilai yang terdapat pada mean dan standard deviasi. Jika mean lebih besar daripada standard deviasi maka artinya kualitas data lebih baik.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	,070 ^c

Nilai Sig di dalam tabel lebih kecil daripada 0.05, Namun berdasarkan *Central Limit Theorem* "For most sampled populations, sample of $n \geq 30$ will suffice for the normal approximation to be reasonable", ini berarti residual berdistribusi normal adalah masuk akal.

b. Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,312	,190		1,644	,102		
MeanKP	,393	,074	,371	5,278	,000	,380	2,629
MeanKL	,557	,074	,527	7,491	,000	,380	2,629

Pengujian multikolinieritas diketahui VIF dari setiap variabel independen. Dikatakan bebas dari masalah multikolinieritas apabila nilai VIF < 10. Atas hasil uji tersebut dapat dinyatakan semua variabel independen bebas multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,570	,120		4,746	,000
	MeanKP	,009	,047	,024	,186	,853
	MeanKL	-,097	,047	-,266	-2,050	,042

Dari hasil tabel, diperoleh nilai Sig. dari variabel kualitas produk $0,853 > 0,05$ yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dan variabel kualitas layanan $0,042 < 0,05$ yang artinya variabel ini terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Analisis Regresi Berganda

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Hasil Uji Keberartian Model (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36,672	2	18,336	192,198	,000 ^b
	Residual	14,024	147	,095		
	Total	50,696	149			

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa nilai F hitung yakni 192,198 dengan nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi signifikan, yang berarti bahwa model regresi diatas dapat digunakan untuk memprediksi variabel kepuasan pelanggan.

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Hasil Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,312	,190		1,644	,102
	MeanKP	,393	,074	,371	5,278	,000
	MeanKL	,557	,074	,527	7,491	,000

Dari table diatas diketahui nilai t (MeanKP) = 5,278 > t tabel (1,645) dengan signifikan variabel kualitas produk sebesar $0,000/2 < \alpha (0,05)$ dan diketahui nilai t (MeanKL) = 7,491 > t tabel (1,645) dengan signifikan variabel kualitas layanan sebesar $0,000/2 < \alpha (0,05)$, yang berarti tolak H_0 atau terima H_a . Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil data yang telah dijelaskan sebelumnya maka dapat diperoleh pembahasan sebagai berikut:

1. Hasil yang didapat dari rata-rata indikator variabel kualitas produk menunjukkan hasil yang baik.
2. Hasil yang didapat dari rata-rata indikator variabel kualitas layanan menunjukkan hasil yang sangat baik.
3. Hasil yang didapat dari rata-rata indikator variabel kepuasan pelanggan menunjukkan hasil yang puas.
4. Hasil analisis regresi menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan, artinya bila kualitas produk menjadi lebih baik maka pelanggan akan semakin puas.
5. Hasil analisis regresi menyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan, artinya bila semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka pelanggan akan semakin puas.
6. Dari dua variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kualitas layanan lebih berpengaruh dominan karena koefisien regresi standarnya lebih besar dari pada kualitas produk.
7. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan terbukti berpengaruh secara positif dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, menyatakan bahwa variabel kualitas layanan memberikan pengaruh lebih besar daripada kualitas produk sebagai penilaian kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Dari antara kualitas produk dan kualitas layanan, dapat dilihat dari tabel hasil uji signifikan koefisien (Uji t), menunjukkan bahwa kualitas layanan memperoleh nilai Beta sebesar 0,527 dimana lebih besar dari kualitas produk dengan nilai Beta sebesar 0,371 ($0,527 > 0,371$). Sehingga dapat disimpulkan kualitas layanan lebih berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bandingkan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa hal yang disarankan peneliti. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Restoran Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi sebaiknya terus meningkatkan dan menjaga kualitas produknya agar pelanggan tetap merasa puas. Misalnya dengan melakukan inovasi seperti membuat menu-menu baru dengan variasi rasa terbaru yang berbeda dari pesaing agar pelanggan merasa tertarik dan meningkatkan layanan untuk memperbaiki produk yang tidak sesuai dengan cepat.
2. Restoran Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi harus tetap mempertahankan kualitas layanan dan terus meningkatkan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Misalnya dengan melakukan pelatihan bagi setiap karyawan agar dapat menghadapi pelanggan, melayani pelanggan dengan lebih baik, konsisten sesuai dengan prosedur yang ada, dan meningkatkan rasa empati terhadap pelanggannya dengan memberi perhatian secara individual kepada setiap pelanggan.
3. Restoran Geprek Benu di Kota Harapan Indah Bekasi harus mempertahankan pelanggan yang sudah puas dengan memberikan kualitas produk dan kualitas layanan yang baik dan konsisten agar harapan pelanggan dapat terpenuhi sehingga pelanggan akan tetap loyal dan membawa pelanggan baru.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Teks

- Cooper, Donald R., Pamela S Schindler (2014), *Bussines Research Methods*, Edisi 12, New York: McGraw Hill
- Ghozali, Imam. (2016), *Aplikasi Analisis Mulvariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip., Gary Amstrong (2015), *Marketing An Introduction*, 12th Edition, England: Pearson.
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15e, USA: Pearson Education
- Sekaran, Uma., Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Buku 1, Terjemahan oleh Tim Editor, Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, Uma., Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Buku 2, Terjemahan oleh Tim Editor, Jakarta : Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. (2019), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi
- Umar, Husein. (2019), *Metode Riset Manajemen Perusahaan*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner., Dwayne D. Gremler (2018), *Service Marketing : Integrating Customer Focus Across The Firm*, 7th Edition, New York: McGraw-Hill Education

Jurnal

- Djumarno., Oktaviadri Sjafa., Said Djameluddin, 2017, 'The Effect of Brand Image, Product Quality, and Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty', *IJBMM Volume 2 Issue 10* November 2017, P.P.15-24, <http://www.ijbmm.com/paper/Nov2017/1584942961.pdf>
- K, Gloria Q Agyapong, 2011, 'The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana)', *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 5, <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/10443>
- Maria, Monica., Mohamad Yusak Anshori 2013, 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake', *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Tahun 6. No. 1, <https://ejournal.unair.ac.id/JMTT/article/view/2654>
- Panjaitan, Januar Efendi., Ai Lili Yulianti 2016, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung', *DeReMa Jurnal Manajemen* Vol. 11 No.2, <https://ojs.uph.edu/index.php/DJM/article/view/197>
- Tombeng, Brigitte., Ferdy Roring., Farlane S. Rumokoy 2019, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado', *Jurnal EMBA* Vol.7 No.1, Hal. 891 – 900, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22918>
- Widjoyo, Shandy., Hatane Samuel., Ritzky Karina 2014, 'Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.2, No. 1, <https://www.neliti.com/publications/140294>
- Lumintang, G., & J., R. J. 2015, 'Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Konsumen pada Holland Bakery Boulevard Manado', *Jurnal EMBA*, 12, <https://media.neliti.com/media/publications/2555-ID-analisis-kualitas-produk-dan-kualitas-layanan-terhadap-kepuasan-konsumen-pada-ho.pdf>

Website

- Peluang Usaha Ayam Geprek Dan Analisa Usahanya, <http://www.agrowindo.com/peluang-usaha-ayam-geprek-dan-analisa-usahanya.htm>
- Silsilah Ayam Geprek yang Sedang Hits, <https://pergikuliner.com/blog/masih-jadi-fenomena-ketahui-silsilah-ayam-geprek-yang-sedang-hits>
- [Data Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat](https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/23/472/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kabupaten-kota-.html), <https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/23/472/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kabupaten-kota-.html>
- Ide Awal Pendirian Geprek Benu, <https://www.tabloidbintang.com/berita/polah/read/72742/ruben-onsu-cerita-tentang-ide-awal-pendirian-bisnis-i-am-geprek-benu>
- Pendirian Geprek Benu, <https://www.geprekbenuindonesia.com/>