

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI MANISAN SUMATERA, MEDAN

Tasya Yultavera¹, Arwin²

^{1,2}Program Manajemen, STIM Sukma, Medan

e-mail: *¹tasyayultavera6@gmail.com, ²arwin.my@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Brayan Vegetarian Medan. Sampel penelitian ini adalah 60 pelanggan. Dengan menggunakan teknik sampel insidental. Analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana, sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS. Hasil uji normalitas untuk variabel kualitas produk dan loyalitas pelanggan sebesar 0,200 dimana nilai tersebut lebih besar dari signifikan standard (α) = 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal. Hasil uji korelasi antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan sebesar 0,548. Hasil regresi linear sederhana adalah $Y = 18,622 + 0,574 X$ yang berarti setiap bertambahnya atau meningkatnya 1 satuan kualitas produk maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,574 kali. Hasil uji koefisien determinasi bahwa variabel kualitas produk mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 30,1%, sedangkan sisanya 69,9% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain diluar penelitian.

Kata kunci— Kualitas produk dan kepuasan pelanggan

Abstract

The purpose of this study was to determine whether there is an effect of product quality on customer satisfaction at Brayan Vegetarian Medan. The sample of this research is 60 customers. Using the incidental sampling technique. Data analysis using simple linear regression test, while data processing using SPSS. The normality test results for the product quality and customer satisfaction variables are 0.200 where the value is greater than the standard significant (α) = 0.05, so it can be concluded that the data tested are normally distributed. The result of the correlation test between product quality and customer loyalty is 0.548. The result of simple linear regression is $Y = 18,622 + 0.574 X$, which means that every 1 unit increase in product quality will increase customer loyalty by 0.574 times. The results of the coefficient of determination test that the product quality variable affects the customer satisfaction variable by 30,1%, while the remaining 69,9% is influenced by other factors outside the study.

Keywords— Product quality and Customer Satisfaction

I. PENDAHULUAN

Manusia dalam melaksanakan kegiatan sehari-harinya tentu saja membutuhkan tenaga. Makanan yang telah manusia makan yang kemudian diolah menjadi tenaga. Dewasa ini, mengikuti perkembangan zaman yang semakin praktis dan cepat, selain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia juga dituntut untuk dapat melakukan segala sesuatu dengan cara yang praktis dan mudah. Manusia mulai berharap untuk makan tanpa harus direpotkan untuk memasak makanannya.

Kualitas produk adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang diproduksi. (Miguna & Nurhafifah, 2020)

Kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut Richard Oliver (Zeithaml, 2019)

Sebelumnya, penulis melakukan observasi awal di Rumah Makan Brayon Vegetarian dan mengetahui bahwa sebagian pelanggan masih belum merasa puas terhadap kualitas produk yang disajikan karena makanan yang disajikan rasanya sering berubah, kemudian menu makanan dan minuman yang dimiliki Rumah Makan Brayon Vegetarian juga kurang bervariasi, dan juga pelanggan merasa porsi makanan selalu berbeda-beda. Sebagai tambahan penulis juga melakukan wawancara singkat terhadap beberapa pelanggan yang pernah berkunjung di Rumah Makan Brayon Vegetarian.

Dari kesimpulan diatas, penulis merasa perlu untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Brayon Vegetarian, Medan”**.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan cara membagikan kuesioner kepada konsumen yang datang ke tempat untuk memesan makanan. Kuesioner tertutup adalah pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda.

Metode analisis kuantitatif asosiatif, yaitu bentuk analisis data penelitian untuk menguji ada tidaknya hubungan keberadaan variabel dari dua kelompok data atau lebih..

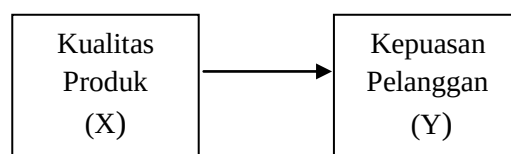
A. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya(Sugiyono, 2018).

B. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2018). Sebelum menentukan sampel, penulis terlebih dahulu harus menentukan teknik pengambilan sampel yang akan dipakai. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh penulis adalah teknik pengambilan sampel insidental.

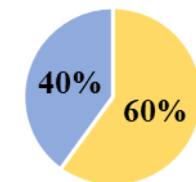
Kerangka Pikir Penelitian



III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data yang dilakukan terhadap 60 responden yang dibagi berdasarkan jenis kelamin yaitu terdiri atas: wanita yaitu 36 orang (60%) sedangkan pria yaitu 24 orang (40%). Hasil dari pengumpulan data responden dapat dilihat melalui diagram dibawah ini :

Jenis Kelamin



■ Wanita ■ Pria

Menurut (Priyatno, 2017) Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi pada data berdistribusi normal atau tidak. Untuk itu penulis menggunakan uji *lilliefors* dengan melihat nilai pada *kolmogorov-smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Kualitas Produk	.083	60	.200*	.972	60	.188
Kepuasan Pelanggan	.086	60	.200*	.977	60	.327

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data diolah (2022)

Dari tabel diatas diketahui nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan” (Priyatno, 2017). Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang *linier* bila signifikansi (*Linierity*) kurang dari 0,05.

Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Betw (Combined)	1994.850	27	73.883	1.623	.095
Pelanggan * ps Linearitas	1037.802	1	1037.802	22.960	.000
Produk Deviation from Linearity	957.048	26	36.810	.809	.708
Within Groups	1456.800	32	45.525		
Total	3451.650	59			

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil uji linearitas dapat kita lihat pada output ANOVA table, diketahui bahwa

nilai signifikansi pada linearitas sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas produk (X) dan kepuasan pelanggan (Y) terdapat hubungan yang linear.

Koefisien Korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”

Hasil Uji Korelasi Correlations

		Kualitas Produk	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.548**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.548**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah (2022)

Dari output di atas dapat diketahui nilai korelasi pearson antara variabel kualitas produk (X) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,548. Tanda bintang yang berjumlah dua menunjukan bahwa terjadi hubungan yang cukup antara variabel kualitas produk (X) dan kepuasan pelanggan (Y). Nilai korelasi yang positif artinya jika kualitas produk meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat. Sedangkan keeratan hubungannya termasuk cukup karena nilai lebih dari 0,4.

Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat).

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548 ^a	.301	.289	6.451

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber: Data diolah (2022)

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,301 \times 100\%$$

$$KD = 30,1\%$$

Dari hasil perhitungan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk (X) mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 30,1% sedangkan sisanya sebesar 69,9% menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis pada penelitian ini.

Regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y)”

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.622	7.004		2.659	.010
Kualitas Produk	.574	.115	.548	4.994	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah (2022)

Tabel diatas menunjukkan hasil dari pengujian regresi linear sederhana.

$$Y = 18,622 + 0,574 X$$

Penjelasan persamaan tersebut sebagai berikut:

Arti dari persamaan tersebut, nilai konstanta adalah sebesar 18,622 yang artinya apabila tidak terjadi peningkatan pada kualitas produk (X), maka nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 18,622. Koefisien dari variabel kualitas produk (X) adalah sebesar 0,574 yang berarti setiap bertambahnya atau meningkatnya 1 satuan kualitas produk (X) maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,574 kali.

Uji hipotesis adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah

kesimpulan pada sampel dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasi)” (Priyatno, 2017).

Perbedaan penerapan antara uji z dan uji t hanya terletak pada jumlah sampel yang digunakan. Untuk uji z sampel $n > 30$, sedangkan uji t sample $n < 30$. Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji z.

$$Z_{itung} = \frac{r}{\sqrt{n-1}} \quad Z_{itung} = \frac{0,548}{\sqrt{60-1}} \quad Z_{itung} = \frac{0,548}{0,130} = 4,215$$

Dengan tingkat signifkasinya 5%, harga Z tabel dicari dengan rumus:

$$Z_{tabel} = Z_{(1-\alpha)/2} = Z_{0,95/2} = 1,960$$

Jika $Z_{itung} \geq Z_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya signifikan dan $Z_{itung} \leq Z_{tabel}$ maka H_0 diterima artinya tidak signifikan.

Dari uji Z tersebut didapatkan bahwa H_0 ditolak karena $Z_{itung} \geq Z_{tabel}$ ($4,215 \geq 1,960$), artinya ada pengaruh antara kualitas produk (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Brayan Vegetarian, Medan.

IV. KESIMPULAN

1. Berdasarkan uji korelasi yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai korelasi pearson antara variabel kualitas produk dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,548. Hal ini berarti adanya hubungan yang positif dan searah serta cukup antara kualitas produk (X) dan kepuasan pelanggan (Y).
2. Berdasarkan uji koefisien determinasi yang dilakukan menunjukkan bahwa presentase antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan adalah 30,1% sedangkan sisanya sebesar 69,9% menunjukkan bahwa variabel

kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

3. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai konstanta adalah sebesar 18,622 yang artinya apabila tidak terjadi peningkatan pada kualitas produk, maka nilai kepuasan pelanggan adalah sebesar 18,622. Koefisien dari variabel kualitas produk (X) adalah sebesar 0,574 yang berarti setiap bertambahnya atau meningkatnya 1 satuan kualitas produk maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,574 kali.
4. Berdasarkan uji Z didapatkan bahwa H_0 ditolak karena $Z_{hitung} \geq Z_{tabel}$ ($4,215 \geq 1,960$), artinya ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Brayan Vegetarian, Medan.

V. SARAN

1. Karena terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan, oleh sebab itu untuk membantu mempengaruhi konsumen untuk tetap loyal maka diharapkan Brayan Vegetarian, Medan, terus meningkatkan kualitas produk seperti menambah varian menu, merubah tampilan menu agar lebih menarik, menciptakan rasa yang lebih nikmat dari setiap menu, memperhatikan persediaan makanan agar tetap tersedia ketika konsumen ingin membelinya dan menjaga kualitas makanan yang disajikan agar lebih menarik pelanggan dan lebih menggugah selera jika dibandingkan dengan produk makanan pesaing.
2. Meskipun tanggapan responden terhadap kualitas produk tergolong positif, hendaknya kualitas produk tersebut tetap ditingkatkan dan dikembangkan lagi. Sehingga konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan dan pelanggan menjadi loyal. Mengingat pengaruh dari kualitas produk sebesar 30,1% terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat mempengaruhi konsumen yang datang membeli, juga dapat memuaskan konsumen yang datang berbelanja sehingga diharapkan pihak Brayan Vegetarian, Medan, mempunyai citra tersendiri di mata konsumen dan tentunya jumlah konsumen akan selalu meningkat setiap tahun dan juga selalu memantau kepuasan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan yang bersifat jangka panjang.
3. Hendaknya pihak Brayan Vegetarian, Medan, selain melihat pengaruh dari kualitas produk, juga dapat melihat pengaruh dari faktor-faktor lain seperti faktor harga, faktor emosional, faktor pelayanan dan faktor kemudahan. Hal ini bertujuan agar pihak Brayan Vegetarian, Medan, tetap bisa meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Bagi penulis selanjutnya, hasil ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian serta sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel kualitas produk dan variabel kepuasan pelanggan.



VI. DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
<https://books.google.co.id/books?id=baTXDwAAQBAJ>
- B2041141022, N. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN NILAI EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN TUPPERWARE DI KOTA PONTIANAK). *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 7(4).
<https://doi.org/10.26418/ejme.v7i4.34571>
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Mediakom.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.