

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN MARINA HASH IN MANADO DI MASA
PANDEMI COVID-19**

*THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY TOWARD CONSUMER
SATISFACTION AT MARINA HASH IN MANADO RESTAURANT THE COVID-19 PANDEMIC*

Oleh:

Jonathan J.J. Mentang¹
Imelda W. J. Ogi²
Reitty L. Samadi³

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

¹jonathan.mentang24@gmail.com

²ogi_imelda@unsrat.ac.id

³rsamadi@unsrat.ac.id

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado dimasa pandemi covid-19. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado. Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin adalah 100 responden. Metode penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Dengan uji ini dapat dilihat bagaimana variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk dan distribusi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado dimasa pandemi covid-19. Meningkatkan dan tetap menjaga kualitas produk disaat mulai bermunculan pesaing baru sejenis sehingga dapat menyakinkan dan memberikan bukti bahwa persepsi pelanggan sesuai yang diharapkan.

Kata Kunci: *kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen*

Abstract: *The purpose of this study is to determine the influence of product quality and service quality toward consumer satisfaction at Marina Hash In Manado Restaurant the covid-19 pandemic. The populations in this study were all consumer at Marina Hash In Manado the covid-19 pandemic. The sample in this study uses the Slovin formula to determine the numbers of sample are 100 respondents. The research method using multiple linear regression analysis. With this test, it can be seen how the independent variables influence the dependent variable. The results of this study found that the product quality had a significant positive influence on consumer satisfaction, and service quality had a significant positive influence on consumer satisfaction, product quality and service quality simultaneously influence consumer satisfaction at Marina Hash In Manado Restaurant branch during the covid-19 pandemic. Improving and maintaining product quality when a new competitor appears so that can convince and proof that customer perception as expected.*

Keywords: *product quality, service quality, customer satisfaction*

Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapinya. Manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasi strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, yang pada akhirnya dapat tercipta loyalitas yang tinggi dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin produknya dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas merupakan syarat utama suatu produk diterima di pasar. Produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2015) dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Untuk dapat bertahan ditengah maraknya persaingan rumah makan di Kota Manado harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, yang meliputi *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan *tangibles* (bukti langsung). kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian bagi rumah makan karena dapat menciptakan kepuasan konsumen dan akan mempengaruhi volume penjualan.

Kepuasan konsumen (*customers satisfaction*) merupakan keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan jika pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang berupa puas atau tidak puas terhadap suatu produk atau jasa yang diterima. Pelayanan yang baik akan mampu memuaskan konsumen. Konsumen yang puas akan membeli lagi dan merekomendasikan kepada orang lain tentang pengalaman baik mereka, konsumen yang tidak puas sering berganti ke pesaing dan menjelek-jelekan produk-produk yang mereka beli kepada orang lain (Kotler & Armstrong, 2008:138).

Pada Masa Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi aspek kehidupan secara global, baik dunia bisnis maupun di dunia global termasuk rumah makan Marina Hash in Manado. Pengaruh Covid-19 mengharuskan seluruh karyawan dan konsumen harus mengikuti protokol. Kegiatan pemasaran produk yang dilakukan oleh perusahaan saat masa pandemi sedang mengalami hambatan karena diharuskan mengikuti aturan yang diberlakukan oleh pemerintah dengan mengurangi kegiatan di luar rumah dan tempat-tempat keramaian demi menekan penyebaran virus covid-19 ini.

Rumah makan Marina Hash in Manado didirikan pada bulan Agustus 2015 dengan owner Silvia Kaunang, yang terletak di Marina plaza Manado. Rumah makan Marina Hash in Manado merupakan sebuah rumah makan spesialis rahang tuna dan dada tuna, yang bertujuan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen dalam hal makanan. Guna meningkatkan kepuasan konsumen, rumah makan Marina Hash in Manado memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19.
2. Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19.
3. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19.

Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menghubungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Manap, 2016:76). Kotler dan Keller (2016:5) mengatakan bahwa manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Kualitas Produk

Kotler dan Keller (2016:164) juga mengatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Tjiptono (2016:95) mengatakan bahwa kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan produk yang memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk, yang akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2016:59) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tjiptono dan Chandra (2016:125) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah seluruh aktivitas yang mengombinasikan nilai dari pemrosesan yang diukur dari tingkat layanan dan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk mempercepat kerja sama dengan konsumen dalam memenuhi keinginan pelanggan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan menurut Kotler (2015:150) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Daryanto dan Setyobudi (2014:43), menjelaskan bahwa kepuasan merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan pelanggan baik senang ataupun sedih yang timbul setelah konsumen membandingkan kualitas dari produk atau jasa yang dipergunakannya dengan apa yang diharapkannya.

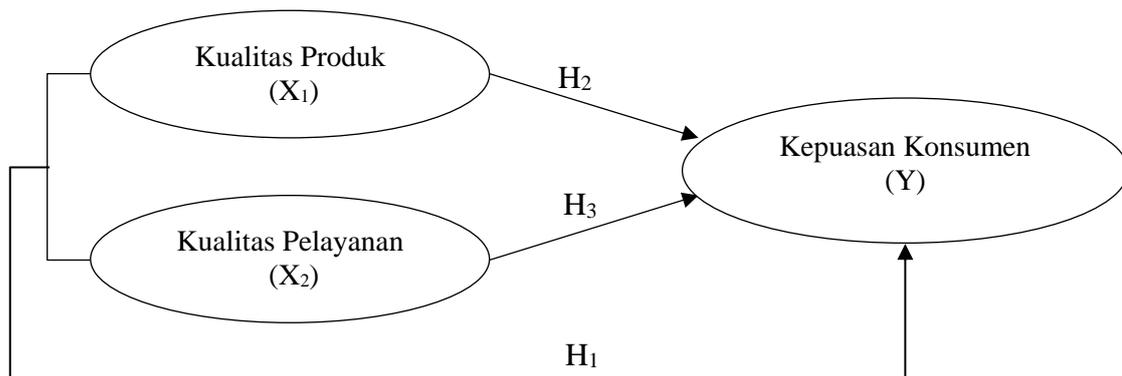
Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Hayati dan Sekartaji (2015) dengan judul pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di restoran bebek dan ayam goreng pak ndut Solo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pengaruh kepuasan konsumen serta pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang dilakukan pada Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti (2018) dengan judul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV usaha mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Usaha Mandiri, Jakarta Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan dan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Asti dan Ayuningtyas (2020) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan, Harga, terhadap Kepuasan Konsumen sedangkan Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Resto Oto Bento Villa Nusa Ina.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Kajian Teori, 2021

Hipotesis Penelitian

- H₁ : Diduga Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Hash Marina In Manado di masa pandemi covid-19.
 H₂ : Diduga Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19.
 H₃ : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode asosiatif. Metode asosiatif bertujuan untuk mencari hubungan diantara dua variabel (Siregar, 2017:7).

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian adalah posisi dimana letak suatu penelitian dilaksanakan, untuk mempermudah peneliti dalam mengambil data sebagai referensi. Objek penelitian dilakukan pada rumah makan Marina Hash In Manado. Lama waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu 1 bulan.

Populasi, Besaran Sampel dan Teknik Sampling

Sugiyono (2017:80) mengatakan bahwa 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. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung/membeli pada Rumah Makan Hash in Manado berjumlah 52.094 orang, yang diambil dari Januari 2020 s/d bulan Mei 2021. Besarnya sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi *bivariate* antar masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Hasil analisis korelasi *bivariate* dengan melihat *output pearson correlation*. Uji reliabilitas merupakan alat mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Butir angket atau kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *Cronbach's Alfa* $\geq 0,6$ dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach's Alfa* $< 0,6$ (Ghozali, 2018:47).

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas**

Ghozali (2018:160) mengatakan bahwa uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal, untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

Uji Heterokedastisitas

Ghozali (2018:139) uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Uji Multikolinearitas

Ghozali (2018:105) mengemukakan uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas (independen). Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*.

Uji Hipotesis**Uji F (Simultan)**

Ghozali (2018:98) mengemukakan uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima; atau jika $Sig. \leq 0,05$
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak; atau jika $Sig. > 0,05$

Uji t (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independen secara individu (partial) dalam menjelaskan perilaku variabel dependen (Ghozali, 2018:98).

1. Jika $t_h \geq t_t \rightarrow$ maka H_0 ditolak, H_a diterima; atau jika $Sig. \leq 0,05$
2. Jika $t_h < t_t \rightarrow$ maka H_0 diterima, H_a ditolak; atau jika $Sig. > 0,05$

Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sarwono, 2012:205). Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Gambaran Umum objek Penelitian**

Marina Hash Inn didirikan pada Bulan Agustus 2015, dengan lokasi yang terletak di Marina Plaza Manado dan juga owner dari Rumah makan in iIbu Silvia Kaunang. Cafe Marina Hash Inn memiliki tujuan yaitu bagaimana agar masyarakat Manado lebih mencintai masakan kuliner laut. Produk yang diproduksi sangat menunjang kenyamanan konsumen dalam menikmatinya dalam jangka waktu yang cukup lama.

Deskripsi Responden**Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	46	46%
Perempuan	54	54%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data , 2021

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar 46%, sedangkan perempuan sebanyak 54 orang dengan persentase

sebesar 54 %. Dengan adanya data ini, menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki.

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
≤ 25 Tahun	29	29%
25 – 35 Tahun	24	24%
36 – 45 Tahun	20	20%
46 – 55 Tahun	15	15%
≥ 55 Tahun	12	12%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data, 2021

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa deskripsi responden berdasarkan kelompok umur ≤ 25 tahun sebesar 29%, kelompok umur 25 - 35 tahun sebesar 24%, kelompok umur 36 - 45 tahun orang sebesar 20%, kelompok umur 46 - 55 tahun sebesar 15%, dan kelompok umur ≥ 55 tahun sebesar 12%. Dari kelompok umur tersebut, bahwa frekuensi/ jumlah responden terbanyak pada rumah makan Marina Hash In Manado adalah dari kelompok umur ≤ 25 tahun yaitu sebesar 29%.

Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SMA	43	43%
Diploma	14	14%
S1	30	30%
S2	13	13%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data, 2021

Tabel 3 menunjukkan bahwa deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan SMA sebesar 43%, tingkat pendidikan Diploma sebesar 14%, tingkat pendidikan S1 sebesar 30%, dan tingkat pendidikan S2 sebesar 13%. Berdasarkan data pendidikan tersebut bahwa frekuensi/jumlah responden terbanyak pada rumah makan Marina Hash In Manado adalah yang pendidikan SMA sebesar 43%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SMA lebih banyak dibanding responden yang berpendidikan Diploma, S1, dan S2.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
Kualitas Produk (X ₁)	X1.1	0,000	Valid	0,791	Reliabel
	X1.2	0,000	Valid		
	X1.3	0,000	Valid		
	X1.4	0,000	Valid		
Kualitas Pelayanan (X ₂)	X2.1	0,000	Valid	0,879	Reliabel
	X2.2	0,000	Valid		
	X2.3	0,000	Valid		
	X2.4	0,000	Valid		
	X2.5	0,000	Valid		
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,000	Valid	0,855	Reliabel
	Y2	0,000	Valid		
	Y3	0,000	Valid		
	Y4	0,000	Valid		
	Y5	0,000	Valid		

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah < alpha 0,05 atau 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan valid. Nilai Cronbach Alpha untuk setiap variabel > 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

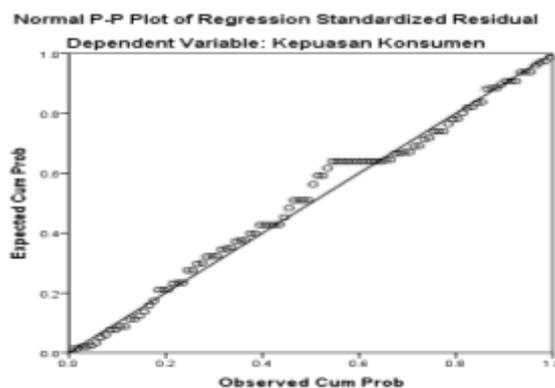
Uji Asumsi Klasik**Tabel 7. Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1. (Constant)		
Kualitas Produk	.589	1.697
Kualitas Pelayanan	.589	1.697

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Tabel 7 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai *tolerance* > 0,01 atau sama dengan nilai VIF < 10. Hasil perhitungan menghasilkan nilai toleransi dibawah angka 1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) di bawah angka 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi tersebut.

Uji Normalitas**Gambar 2. Uji Normalitas**

Sumber: Output SPSS 22, 2021

Gambar 1 menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas terlihat semua titik tidak mempunyai pola tertentu serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas.

Tabel 8. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	4.877	1.722
1 Kualitas Produk	.429	.125
Kualitas Pelayanan	.432	.092

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan Tabel 8, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,877 + 0,429 X_1 + 0,432 X_2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 4,877 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel bebas atau nilai variabel bebas dianggap 0 maka kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 4,877 satuan. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,429 menunjukkan terdapat pengaruh positif kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,432 menunjukkan terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pengujian Hipotesis**Tabel 9. Uji F Simultan**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	399.627	2	199.814	46.439	0.000 ^b
	Residual	417.363	97	4.303		
	Total	816.990	99			

- a. *Dependent Variable*: Kepuasan Konsumen
 b. *Predictors*: (*Constant*), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Hasil uji F-secara simultan menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 46,439. Sedangkan nilai F_{tabel} dengan *degree of freedom* (Df) = $n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$ adalah sebesar 3,09. Oleh karena nilai F_h sebesar 46,439 > F_t sebesar 3,09 dan juga tingkat signifikan $p-value = 0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa Hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima atau terbukti.

Tabel 10. Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (<i>Constant</i>)	4.877	1.722		2.832	.006
Kualitas Produk	.429	.125	.324	3.424	.001
Kualitas Pelayanan	.432	.092	.446	4.721	.000

- a. *Dependent Variable*: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk (X_1) adalah sebesar 2,128; Sedangkan nilai t_{tabel} dengan *degree of freedom* = $100 - 2 - 1 = 97$, dengan tingkat signifikansi (α) = 5% adalah sebesar 1,660. Nilai t_{hitung} untuk kualitas produk (X_1) adalah sebesar 3,424 > nilai t_{tabel} sebesar 1,660 dan juga tingkat signifikansi $p-value = 0,001 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti hipotesis (H_2) yang menyatakan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima atau terbukti.

Hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah sebesar 4,721; Sedangkan nilai t_{tabel} dengan *degree of freedom* = $100 - 2 - 1 = 97$, dengan tingkat signifikansi (α) = 5% adalah sebesar 1,660. Nilai t_{hitung} untuk kualitas pelayanan (X_2) adalah sebesar 4,721 > nilai t_{tabel} sebesar 1,660 dan juga tingkat signifikansi $p-value = 0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti hipotesis (H_3) yang menyatakan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima atau terbukti.

Tabel 11. Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.489	.479	2.07430

- a. *Predictors*: (*Constant*), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk
 b. *Dependent Variable*: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Pada model *summary*, dapat diketahui bahwa Nilai koefisien korelasi (R) yang dihasilkan pada model 1 adalah 0,699. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan pada model 1 adalah 0,489. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) adalah sebesar 48,9% dan sisanya 51,1% dipengaruhi oleh variabel lain, yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan**Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maulidah, Widodo, dan Zulianto (2019), yang menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian serupa dari Diza, Moniharapon, dan Ogi (2016), yang menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang dijual rumah makan Marina Hash In Manado memiliki daya tahan yang baik dan memiliki fitur produk yang sesuai dengan kebutuhan. Kualitas produk di rumah makan Marina Hash In Manado sesuai dengan tawaran harga yang diberikan dan memiliki desain produk yang menarik dan menimbulkan minat bagi konsumen untuk membeli, sehingga konsumen merasa puas datang berkunjung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Tatangin, Ogi, dan Loindong (2017), yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian serupa dari Rabiah (2020), menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Rondonuwu dan Raintung (2016), menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Marina Hash In Manado sudah memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen/pengunjung yang datang berkunjung, dapat dilihat dari penawaran produk yang memiliki nilai tinggi bagi konsumen, karyawan memiliki kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, dan produk yang ditawarkan oleh rumah makan menjamin mutu saat dikonsumsi konsumen. Karyawan di rumah makan juga handal dalam penyampaian jasa kepada konsumen dan memiliki cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen atau pesanan konsumen. Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian dari Tombeng (2019), menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian dari Lumintang (2015), menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian dari Maramis (2018), menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Hartadi dan Husda (2020), menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

PENUTUP**Kesimpulan**

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19.

Saran

Saran yang dapat diberikan:

1. Meningkatkan dan tetap menjaga kualitas produk disaat mulai bermunculan pesaing baru sejenis sehingga dapat menyakinkan dan memberikan bukti bahwa persepsi pelanggan sesuai yang diharapkan.
2. Perlu mencermati upaya pemenuhan layanan dari segi ketepatan waktu dalam melayani konsumen atau pelanggan untuk dapat mewujudkan mutu layanan yang berkualitas.
3. Perlu meningkatkan layanan, terutama mengenai masalah kecepatan penanganan keluhan para konsumen atau pelanggan.

4. Untuk pengusaha rumah makan, disarankan harus tetap menjaga kualitas pelayanan, dan memiliki sikap responsif atau tanggap terhadap kebutuhan pelanggan.
5. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan menggunakan tambahan variabel independen lainnya yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Asti, E.G. dan Ayuningtyas, E.A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, Vol.1, No.1, Hal. 1-14. <http://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/ekomabisarticleview22>. Diakses 30 Agustus 2021.
- Diza, Moniharapon, dan Ogi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Fifgroup Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, Vol.4, No.1, Hal.109-119. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11568/11166>. Diakses 11 Februari 2021.
- Hartadi, N dan Husda, N.E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Tanjung Uncang di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, Vol.8, No.3, Hal. 34-43. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/pembaarticleview2941228549>. Diakses 30 Agustus 2021.
- Hayati dan Sekartaji. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, Volume 1, No. 1, Hal. 49-56. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jimfe/article/view/455/372>. Diakses 16 Maret 2021.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, P. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall*. Twelfth Edition. Pearson Education, Inc, England.
- _____. (2016). *Marketing Managemen*. Pearson Education, Inc, New Jersey.
- Kotler, P dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedua Belas. Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Managemen*. 15th Edition. Prentice-Hall Published, New Jersey.
- Lumintang. (2015). Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.3, No.1, Hal.1291-1302. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8293/7852>. Diakses 16 Maret 2021.
- Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Maramis, F.S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.6, No.3, Hal. 1658-1667. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/pembaarticleview2041120017>. Diakses 30 Agustus 2021.
- Maulidah, Widodo, dan Zulianto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, Volume 1, Hal. 49-56. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/view/10416/6551>. Diakses 16 Maret 2021.
- Noviyanti, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Usaha Mandiri. *Jurnal Ilmu Manajemen Forkamma*, Vol.1, No.2, Hal. 21-32. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/FRKMarticleview25382016>. Diakses 30 Agustus 2021.

- Rabiah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, Volume 8, Nomor 1, Hal. 65-74. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/3259/pdf>. Diakses 16 Maret 2021.
- Rondonuwu, C dan Raintung, M.Ch. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada KFC di Atrium Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.4, No.4, Hal. 771-781. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/pemba/article/view/1444214015>. Diakses 30 Agustus 2021.
- Sarwono. (2012). *Path Analysis dengan SPSS: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Alex Media Komputido, Jakarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Tatangin, Ogi, dan Loindong. (2017). Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mie Medan 99 Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.5, No.2, Hal. 811-820. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/15996/15506>. Diakses 11 Februari 2021.
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi, Yogyakarta.
- _____. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi, Yogyakarta.
- _____ dan Chandra. (2016). *Pemasaran Strategik*. Andi, Yogyakarta.
- Tombeng. (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/22918/22614>. Diakses 16 Maret 2021.