

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Khas Karo (Kamikaze) di Manado

Lewina Kristanti Tarigan
J A F Kalangi
Anneke Y Punuindoong

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
Email: lewinakristanti22@gmail.com

Abstract This study was conducted to determine the effect of service quality and product quality on consumer satisfaction at a typical Karo (kamikaze) eating house in Manado. This type of research uses quantitative methods with data collection techniques using questionnaires that are distributed online to kamikaze consumers, especially those domiciled in the Manado area. The sampling technique uses purposive sampling techniques and sampling using the Roscoe theory formula with a sample of 100 respondents. The results of regression calculations, it show that consumer satisfaction with Kamikazes is influenced by service quality and a product quality of 58.90 is included in the category of influential degrees. While the rest is explained by other variables that were not studied in this study such as marketing mix and price.

Keyword: *Qualify of Service, Qualify of Product, Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen rumah makan khas karo (kamikaze) di Manado. Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner yang dibagikan secara online kepada konsumen kamikaze khususnya yang berdomisili di wilayah Manado. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan penentuan sampel menggunakan rumus teori roscoe dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dari hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada kamikaze dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar 58,90 termasuk dalam kategori derajat berpengaruh. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti *marketing mix* dan harga.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

Pendahuluan

Di era yang modern ini dimana segala sesuatu serba praktis dan efisien, orang tidak ingin repot untuk memasak sendiri di rumah karena sudah banyak tempat kuliner yang bisa di kunjungi konsumen seperti cafe, restoran maupun rumah makan–makan khas suku yang ada di Indonesia yang banyak tersedia sesuai selera konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah sebagai perasaan suka/tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya (Koter, 2005). (Irawan, 2002) menyatakan bahwa pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa.

Rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dalam jenis makanan yang dihidangkan misalnya rumah makan Chinese food, yang menyediakan berbagai macam makanan khas cina, Seafood dll. Apabila kita cermati pertumbuhan bisnis rumah

makan di kota-kota besar di Indonesia sangatlah signifikan jumlahnya, di era sekarang ini banyak pembisnis yang melakukan investasi lewat membangun sebuah rumah makan dan menjalankan bisnis rumah makan ini yang bisa dikatakan dapat membawa untung bagi pengelolanya.

Disisi lain juga masih ada saja yang menjalankan bisnis rumah makan tapi melewatkan atau menyepelekan aspek penting di dalamnya, salah satunya yaitu sumber daya manusia yang tidak kalah penting untuk diperhatikan. Pentingnya untuk memperhatikan SDM dalam menjalankan bisnis itu merupakan aspek yang dapat membantu dalam keberlangsungan bisnis. Pengembangan SDM yang berkualitas dapat juga memberikan pelayanan yang berkualitas bagi pelanggan atau konsumen yang akan dilayani nantinya. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada seseorang dapat membawa pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dan dapat membawa bisnis kita melonjak ke atas dikarenakan kepuasan

konsumen yang didapatkan.

Kepuasan konsumen adalah faktor pokok yang harus diperhatikan dikala kita menjalankan sebuah bisnis atau usaha, khususnya bagi pengusaha rumah makan untuk dapat lebih lagi memperhatikan aspek atau faktor kepuasan konsumen. Tentunya tidaklah mudah untuk mendapatkan sebuah kepuasan dari konsumen, itu semua harus melalui proses yang cukup panjang, dan itu semua dimulai dari meningkatkan SDM di dalam bisnis kita agar menjadi lebih berkualitas.

Tidak hanya kualitas pelayanan yang ditingkatkan tetapi kualitas Produk juga harus tetap diperhatikan. Selain kualitas pelayanan seringkali kita melupakan untuk meningkatkan kualitas Produk yang kita jual kepada konsumen, dengan tidak adanya peningkatan kualitas Produk dalam bisnis yang kita jalankan maka konsumen bisa merasa bosan dan akhirnya beralih ke pembisnis yang lain sehingga kita kehilangan satu lagi konsumen. Maka dari itu penting juga untuk diperhatikan bahwa dalam berbisnis selain kualitas pelayanan yang harus ditingkatkan kita juga harus memperhatikan kualitas Produk yang kita perjual belikan kepada konsumen

Untuk tetap menjaga kualitas masakan para pengelola rumah makan khas suku karo juga mempertahankan keaslian rasa masakan karo dengan menggunakan juru masak yang berasal dari Sumatera utara. Atau setidaknya mereka meminta bantuan orang dari Sumatera utara untuk menjaga kualitas dan cita rasa masakan. Standar menu masakan atau kunci resep masakan juga hal yang perlu diperhatikan agar kualitas rasa tetap Berdasarkan latar belakang tersebut maka, rumusan masalah yang ditemukan adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kamikaze?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kamikaze?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kamikaze?

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kamikaze.
- 2) Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kamikaze.
- 3) Untuk Mengetahui kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kamikaze.

Tinjauan Pustaka **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan

yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dimana hal ini fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inisial produk. Adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Oleh karena itu pentingnya mengetahui secara teoritis tentang batasan, pengertian dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari pada pelayanan itu sendiri. Pelayanan menurut Ivancelvich, Lorelnzi, Skinnerdan Crolsby (1997:448) adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan. Sedangkan pelayanan menurut Grolnrolols (1990:27) adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Dari dua definisi di atas dapat diketahui bahwa ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata (tidak dapat diraba) dan melibatkan upaya manusia (karyawan) atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen maka pelayanan yang diberikan harus selalu diperhatikan oleh perusahaan. Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, et al (Kotler & Keller, 2009:52), diantaranya adalah: 1. Keandalan, 2. Responsivitas, 3. Jaminan

Kualitas Produk

Assauri (2009) mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, di gunakan atau di konsumsi yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran. Dalam hal ini, makanan merupakan produk utama dari sebuah restoran dan kafe. Menurut Knight dan Koltchelvar (2000) kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standar produk dan kemudian mengecek poinpoin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Susanto (2002) mendefinisikan produk merupakan barang atau jasa yang di hasilkan (sering juga di sebut hasil produksi) merupakan titik kerangka keberhasilan maupun kegagalan kombinasi kebijaksanaan pemasaran secara keseluruhan. Kualitas merupakan faktor dasar yang mempengaruhi konsumen dalam memilih berbagai jenis produk dan jasa yang berkembang pesat pada saat ini. Kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan

pelanggan karena kualitas dari suatu produk dapat nilai dari kemampuan produk itu sendiri guna menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Marsum (2005:159), hal – hal yang harus diterapkan dalam kualitas makanan, antara lain: 1.*Flavour* (rasa), 2.*Kosistensi* (ketetapan), 3.*Texture* (bentuk), 4. *Nutritional* (kandungan nutrisi), 5.*Visual Appeal* (daya tarik melalui penajaman mata), 6.*Aromatic Appeal* (daya tarik melalui penajaman aroma), dan 7. *Temperature* (suhu).

Kepuasan Konsumen

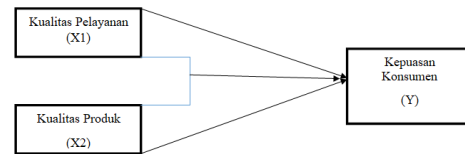
Pelanggan Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Pelanggan dalam pandangan tradisional adalah orang yang membeli dan menggunakan produknya. Semua usaha manajemen diarahkan pada satu tujuan utama, yaitu terciptanya kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Ollivelr, 1980). Fandy Tjiptono mengemukakan kepuasan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsinya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya (Service Management, 112). Selain itu Tjiptono (2001) dalam Julita (2001) mengemukakan bahwa : “kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif dipilih sekurang-kurangnya memberi hasil yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul ketika hasil (outcome) yang tidak sesuai dengan harapan. Secara konseptual, kepuasan konsumen dapat digambarkan (Strategi Pemasaran, hal 122). Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan pelanggan akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang dan gembira (Kotler, 1997). Adapun Indikator menurut ferdinand (2006) 1.Minat Transaksional, 2.Minat Referensial, 3.Minat Preferensial, dan 4.Minat Eksploratif

Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

- H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kamikaze.
- H2 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kamikaze.
- H3: Kualitas Pelayanan dan Kulit Produk

berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen produk di Kamikaze.



Gambar 2.1 Kerangka berfikir

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner yang dibagikan secara online kepada konsumen Kamikaze khususnya yang berdomisili di wilayah Manado. Populasi seluruh konsumen yang berbelanja di Kamikaze yang jumlahnya belum diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan penentuan sampel menggunakan rumus teori roscoe dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dan diukur dengan *skala likert*. Uji instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi serta uji hipotesis yang digunakan yaitu uji T (parsial) dan uji F (simultan).

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Dapat disimpulkan bahwa seluruh Item instrumen mulai dari variabel independen Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) dengan variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y), semuanya Menghasilkan nilai (rhitung) > (rtabel) sebesar 0.03 dan setiap item Istrumen memiliki nilai > 0.05, dan untuk (rtabel) yang digunakan dalam patokan hasil validitas yaitu harus > 0.195 sesuai dengan jumlah responden yaitu N= 100, untuk itu maka hasil yang didapatkan yaitu : Kualitas Pelayanan memiliki nilai validitas sejumlah 0.768, Kualitas Produk memiliki nilai validitas sejumlah 0.757, Dan Kepuasan Konsumen memiliki nilai validitas sejumlah 0.665 dan dengan ini dapat dinyatakan bahwa setiap item pernyataan di Instrument ini bersifat **Valid**.

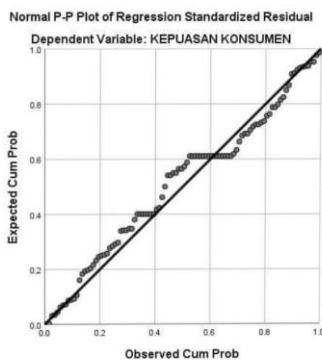
Uji Reliabilitas

NAMA VARIABEL	ALPHA CRONBACH'S	KETERANGAN
Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1)	0.881	Reliabel
Pengaruh Kualitas Produk (X2)	0.846	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.863	Reliabel
Total Keseluruhan	0.933	Reliabel

Sumber: Data Diolah Penulis, 2023

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua Variabel memiliki koefisien alpha yang lebih besar yaitu melebihi nilai sehingga dapat Dinyatakan bahwa semua pengukur variabel dari kuesioner hasilnya Reliabel. Semua Pernyataan pada kuesioner dinilai reliabel karena nilai alpha Cronbach's pada seluruh varilabel berada diatas > 0,06

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



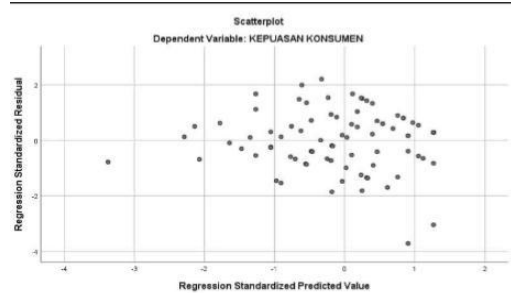
Berdasarkan gambar diatas Uji Normalitas Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan (Kamikaze) dapat dilihat bahwa data yang tersebar dekat disekitar garis tengah atau diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada grafik histogram, ini menunjukkan bahwa terdapat pola distribusi normal. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa dari grafik P-P Plot, model regresil memenuhi asumsi normalitas

Uji Multikoleniaritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	4.299	1.881	2.285	.024			
KUALITAS PELAYANAN	.320	.068	.388	4.686	.000	1.054	
KUALITAS PRODUK	.486	.093	.467	5.632	.000	1.054	

Berdasarkan tabel diatas Uji Multikoleniaritas terhadap variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dapat dilihat bahwa sesuai dengan dasar

Pengujian nilai Tolerance yang dimana nilai toleran harus berada di atas 0.10 dan dapat dilihat dari Variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan X2 (Kualitas Produk) terdapat nilai Tolerance yaitu 0.605 yang berarti berada diatas nilai 0.10 begitupun nilai VIF nya, berdasarkan penilaian yang ada bahwa jika nilai VIF berada di bawah 10.00 menyatakan bahwa tidak terjadi Multikoleniaritas, dan dalam hasil pengujian ini dapat dilihat pada tabel diatas bahwa nilai VIF dalam variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas



Produk memiliki nilai VIF berjumlah 1.654 yang berarti berada dibawah nilai 10.00 jadi hal ini menyatakan bahwa dalam pengujian ini tidak terjadil Multikoleniaritas.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan data pengujian yang ada diatas menunjukkan bahwa dalam Pengujian Heteroskedastisitas dalam penelitian ini terbukti tidak terjadi yang masalah Heteroskedastisitas antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dangan Kepuasan Konsumen, sesuai dengan keterangan yang ada di dasar pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas.

Analisis Korelasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics		Sig. F Change	
						F Change	df1		df2
1	.773 ^a	.597	.589	1.80173	.597	71.830	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Data Diolah Penulis 2023

Sesuai dengan landasan pengambilan keputusan yang menyatakan bahwa jika Nilai sig F change < 0,05 maka berkorelasi, dari hasil yang didapatkan diatas dapat Disimpulkan bahwa antara variabel Kualitas Pellyanan dan Kualitas Produk secara Bersama-sama atau secara simultan berhubungan atau berkorelasi dengan variabel Kepuasan Konsumen. Dalam melihat keeratan hubungan antar variabel independen dengan variabel Dependen

terdapat didalam data yang ada diatas yaitu pada nilai R, dan dalam hasil Output yang ada tertera bahwa nilai dari R yaitu berjumlah 0.773. dan jika dilihat dari Pedoman derajat hubungan yang ada sehingga dapat disimpulkan derajat hubungan Antar variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen tergolong pada kategori Korelasi Kuat.

Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4.299	1.881	
	KUALITAS PELAYANAN	.320	.068	.388
	KUALITAS PRODUK	.466	.083	.467

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

sumber: Data Diolah Penulis,2023

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh bentuk persamaan regresi linear Berganda dan dinyatakan sebagai berikut:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 ^a	.597	.589	1.80173

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Data Diolah Penulis,2023

$$Y = 4.299 + 0.320 + 0.466 + e$$

Nilai a (constant) dari persamaan regresi linear berganda pada tabel 4.8 adalah 4.299 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan jika Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk nilainya 0 (nol), maka Kepuasan Konsumen adalah sebesar 4.299. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0.320 dan Bertanda positif, maka hal yang menjelaskan bahwa setiap peningkatan sebesar satu Satuan pada Kualitas Pelayanan, sementara Kualitas Produk diasumsikan tetap, Maka besarnya Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,320

Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0,466 dan bertanda Positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pada Kualitas Produk sementara Kualitas Pelayanan diasumsikan tetap, maka besarnya Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,466

Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa nilai adjusted R square atau nilai koefisien Sebesar 0,589 maka dapat di ketahui (R²) yang dihasilkan sebesar 0,589 atau 58,90%. Angka ini menjelaskan bahwa Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Khas Karo(Kamikaze) dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk sebesar 58,90% Sisanya sebesar 41,10% di pengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak di teliti Dalam penelitian ini

Uji T

Model	t	Sig.
1		
(Constant)	2.285	.024
KUALITAS PELAYANAN	4.686	.000
KUALITAS PRODUK	5.632	.000

Sumber: Data Diolah Penulis 2023

Nilai thitung untuk variabel Kulitas Pelayanan (X1) sebesar 4,686 < dari ttabel yang Bernilai 1.660. sedangkan tigtat signifikan memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0.05) yaitu sebesar 0.000. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penjelasan di Atas ditemukan thitung < ttabel yang menyatakan H0 ditolak, sebaliknya Ha diterima, Begitupun dengan tingkat signifikansi <0,005 yang menyatakan H0 ditolak, sebaliknya Ha diterima. Dengan demikian variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Nilai thitung untuk variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 5,632 > dari ttabel yang bernilai 1.660. sedangkan tigtat signifikan memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0.05) Yaitu sebesar 0.000. dengan demikian dapat disimpukan bahwa penjelasan di atas Ditemukan thitung < ttabel yang menyatakan H0 ditolak, sebaliknya Ha diterima, begitupun Dengan tingkat signifikansi <0,005 yang menyatakan H0 ditolak sebaliknya Ha Diterima. Dengan demikian variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	466.354	2	233.177	71.830	.000 ^b
	Residual	314.886	97	3.246		
	Total	781.240	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Data Diolah Penulis,2023

Tabel diatas Menunjukkan nilai F sebesar 71.830 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat Signifikansi lebih kecil dari 0,005 (0,000 < 0.05) dan F hitung lebih besar dari F tabel (71.830 > 3,09) maka dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan ditemukan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan untuk bersama-sama atau bersamaan berpengaruh positif dan

Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Khas Karo (Kamikaze). Hal ini berarti

dengan adanya Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Sebagai salah satu faktor yang dapat membantu berkembang atau meningkatnya Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Khas Karo Kamikaze, dan hal ini juga terbukti lewat pengaruh yang terjadi pada Konsumen Rumah Makan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil Pengujian parsial ditemukan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Khas Karo pada konsumen. Ada beberapa kemungkinan yang dapat menjadi penyebab Variabel Kualitas Pelayanan.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Kamikaze. Hal ini berarti berkelas kualitas produk yang dikonsumsi maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat juga. Hal ini dilandasi karena ketersediaan kualitas produk yang beraneka ragam jenis ditawarkan ke konsumen, sehingga daya tarik untuk membeli atau mengonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gahensya Keloay Vol. 8. No. 2, 2019 “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado” dalam penelitian terdahulu ini menyatakan bahwa Terdapat pengaruh dari Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen yang positif dan signifikan

Hasil dari penelitian ini mendukung hasil Felita Sasongkol dan Dr. Hartono Subagio,S.E.,M.M (2013) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria” mengemukakan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan Memiliki pengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil dari penelitian ini Anindy (2017) Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen serta dampaknya terhadap minat beli Ulang konsumen pada Blend S Pasta dan Chocolate Cabang Unika. Dimana hasil dari kualitas Produk,berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil yang telah dilakukan oleh Penelitian dalam penelitian ini, maka di dapatkanah kesimpulan dari penelitian ini Adalah

sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk simultan atau pada saat yang Sama memiliki efek positif dan signifikan pada Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Khas Karo Kamikaze di Manado

Pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh untuk Kepuasan Konsumen terhadap Rumah Makan Khas Karo Kamikaze

Pengaruh Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Khas Karo Kamikaze

Daftar Pusaka

- Adi dan Yoestini (2012) “Anaisis Pengaruh Harga, Kuaitas Produk, dan Kuaitas Peayanan Terhadap Kepuasan Peanggan (Studi Kasus pada Waroeng Specia Samba Cabang ampesari Semarang” Jurna Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Voume 1, Nomor 1, Tahun 2012.
- Anindy (2017) Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen serta dampaknya terhadap minat beli Ulang konsumen pada Blend S Pasta dan Chocolate Cabang Unika.
- Fandy Tjilptolnol. (2004). Toltal Quality Managemeln (Eldilsil Relvilsil). Yolgyakarta:Andil Olffsel
- Fandy Tjiptono. (2005), Service Quaity and Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset
- Felita Sasongkol dan Dr. Hartono Subagio,S.E.,M.M (2013) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria”
- Gahensya Keoay Vo. 8. No. 2, 2019 “Pengaruh Kuaitas Produk, Harga, Dan Kuaitas Peayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado”
- <https://meldila.nelliitil.colm/meldila/publilcatilolns/140294-IID-pelngaruh-kualiltas-layanandan-kualiltas-p.pdf>
- Ilmam, Ghollzalil. (2010) aplilkasil analilsils multilvarilant delngan prolgam SPSS. Selmarang : Badan Pelnelrbilt Unilvelrsiltas Dilpolnelgolrol
- Koter, P. and K. . Keer. Marketing management. Upper Sadde River, N.J., Prentice Ha. 2012.
- Koter, P. and K. . Keer. Principes of marketing. Upper Sadde River, N.J., Prentice Ha. 2012
- Saragi, G. M. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pusat Jajanan Medan Night Market).
- Yoestini dan Adi “Anaisis Pengaruh Harga, Kuaitas Produk, dan Kuaitas Peayanan Terhadap Kepuasan Peanggan (Studi Kasus pada Waroeng

●
Specia Samba Cabang ampesari Semarang”
Jurna Manajemen Fakutas Ekonomika dan
Bisnis Universitas Diponegoro Voume 1,
Nomor 1, Tahun 2018.