



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN
BERKAH PANAIKANG KEC.SINJAI TIMUR
KAB SINJAI SELATAN**

Syarigawir¹, Heri Irawan², St. Hadijah Wahid³

Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, Sinja, Perbankan Syariah.

Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, Sinja, Perbankan Syariah.

E-mail: heri.putrabungsu94@gmail.com no Tlp; 085348302334

Abstrak

Pengaruh kualitas produk dan pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Berkah panaikang kec.sinjai timur Kab sinjai selatan, Jenis penelitian yang di gunakan adalah survey analitik yang merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa pengaruh antara variabel dengan pendekatan cross sectional populasi berjumlah 120 orang dengan sampel sebanyak 55 orang. Hasil penelitian ini dengan uji chi-square antara variabel pelayanan dengan kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kedua variabel tersebut dengan nilai $p=0,00$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima Namun dalam penelitian ini didapatkan bahwa responden sebagian besar puas dengan yang diberikan sedangkan variabel Produksi dengan kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kedua variabel tersebut dengan nilai $p=0,00$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima ini menunjukkan bahwa kualitas produksi sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan di rumah makan Berkah Kec, Sinjai Timur dengan kesimpulan bahwa Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bahwa pelayanan yang berkualitas dapat memberi kepuasan terhadap pelanggan.dam Ada pengaruh yang signifikan kualitas produksi terhadap kepuasan pelanggan ,bahwa produksi yang berkualitas sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga disarankan kepada pengelola rumah makan lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dimasa yang akan datang sehingga kepuasan.

Kata Kunci : *Kualitas Produksi, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.*



Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2022

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

1. Pendahuluan

Pada era globalisasi menuntut masyarakat untuk mengikuti setiap perubahan sekecil apapun termasuk perubahan gaya hidup dan pola makan dalam mengkonsumsi setiap menu / makanan misalnya, bisnis makanan (kuliner) yang menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh konsumen, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi makanan juga menjadi kebutuhan primer setiap orang. Konsumen yang memilih tempat rumah makan, tidak hanya memperhatikan kualitas dari makanan tersebut tetapi juga kualitas layanan yang sesuai, oleh karna itu para pelaku bisnis harus memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang tepat agar dapat bersaing dengan rumah makan lain dan merebut banyak konsumen.

Setiap Entrepreneur memiliki pola dan strategi tersendiri dalam mengelola setiap usahanya dengan melakukan berbagai upaya dan strategi dalam meraih keuntungan, seiring dengan secara drastis perubahan yang terjadi yang ditandai dengan pola pikir masyarakat berkembang, kemajuan teknologi dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut, setiap pelaku bisnis berupaya dan berusaha semaksimal mungkin untuk mempertahankan dan mengimbangi dalam pemenuhan kebutuhan sehari- hari.

Untuk mempertahankan tumbuh kembangnya suatu bisnis khususnya pada rumah makan ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat, maka setiap pengelola bisnis makanan harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam suatu mengkonsumsi setiap menu atau makanan yang



Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2022

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

dihidangkan diantaranya; Kualitas produk, kualitas pelayanan, harga yang terjangkau dan lokasi yang strategis.

Menurut Kotler (2005 : 42) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi / kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007)

Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas jasa yaitu, bukti fisik (Tangibles), Keandalan (Reability), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) dan Empati (Empathy).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen pada sebuah rumah makan adalah kualitas produk, menurut Kotler dan Armstrong (2004) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengorganisasian serta atribut-atribut lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri-ciri atau karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang dibeli, akan menimbulkan kesetiaan pembeli, sehingga membuat konsumen melakukan pembelian ulang dimasa yang akan datang.

Salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan cara pemberian pelayanan yang baik, diharapkan dapat membuat pelanggan untuk kembali melakukan transaksi. Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dan dapat memuaskan konsumen tentu juga akan



Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2022

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat untuk melakukan transaksi khususnya dalam pemenuhan kebutuhan pokok/ primer, semakin terpenuhinya harapan= harapan dari konsumen berarti pihak pelaku bisnis semakin terbuka peluang untuk lebih mengembangkan usahanya kedepan yang lebih baik meskipun memerlukan sumber daya manusia yang mumpuni yang didasari dengan kemampuan dalam menejerial usaha melalui berbagai strategi dan pendekatan dalam memasarkan produknya agar konsumen dapat dipertahankan atau lebih ditingkatkan khususnya menyangkut masalah kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik seperti di Rumah makan Berkah Panaikang Sinjai Timur Asuhan Bapak Mas Sadiku yang terletak di Jl. Poros Panaikang- Kajang Sinjai Timur. Sekaligus menjadi pembatasan masalah dalam penelitian ini.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dan latar belakang masalah tersebut di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

Apakah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Berkah Panaikang Kec, Sinjai Timur?

1.2 Tujuan Penelitian.

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan pada rumah makan Berkah Panaikang Kes, Sinjai Timur.



Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2022

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

2. Metode

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di rumah makan Berkah Panaikang Kec.Sinjai Timur Jl. Poros Panaikang- Kajang Kec.Sinjai Timur.

2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan adalah survey analitik yang merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa pengaruh antara variabel dengan pendekatan cros sectional

2.2 Populasi dan sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2013 ; 15) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek maupun subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen yang berkunjung di Rumah Makan Berkah Panaikang Sinjai Timur. Dari hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan peneliti didapat besarnya populasi berjumlah 120 orang.

b. Sampel dalam penelitian sebanyak 55 orang

c. Teknik Pengumpulan Data Purposif Sampling.. dengan .Observasi, Angket (koesioner) dan wawancara

2.3. Tehnik Analisis Data.

Analisis data yang digunakan univariat untuk mengetahui karakteristik responden ,baik karakteristik individu yang dapat menunjang dalam penelitian ini maupun karakteristik responden yang merupakan variabel utama dalam penelitian ini sedangkan analisis bivariat untuk melihat sejauh mana pengaruh terhadap variabel dengan variabel yang lain .



Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2022

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

2.4 Bentuk penyajian data

Penyajian data adalah salah satu kegiatan dalam pembuatan laporan hasil penelitian yang di lakukan agar dapat di pahami dan dianalisa sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

2.5 .Analisis Data

2.5.1. Analisis univariat

Analisis ini di gunakan untuk mendeskripsikan/menggambarkan masing-masing variabel yang di teliti yang di ambil dari data primer dan akan di sajikan dalam bentuk tabel frekuensi atau narasi. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan karakteristik setiap variabel penelitian.

2.5.2 . Analisis bivariat

Analisis ini di gunakan untuk menguji hipotesis dengan menentukan variabel independen dengan variabel dependen melalui uji statistic chi square untuk melihat perbedaan antara frekuensi yang di amati dengan frekuensi yang di harapkan.

3. Pembahasan dan Hasil Penelitian

3.1. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil uji *chi-square* antara variabel pelayanan dengan kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kedua variabel tersebut dengan nilai $p=0,00$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Namun dalam penelitian ini didapatkan bahwa responden sebagian besar puas dengan yang diberikan. Penelitian ini sejalan dengan teori yang mengatakan bahwa Kualitas pelayanan sangat penting bagi pelaku bisnis atau usaha kuliner karna akan menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan dimana kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang mengakibatkan pelanggan akan terus membeli produk yang ditawarkan.



Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2022

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori bahwa kepuasan pelanggan (*satisfaction*) adalah ungkapan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan dengan kenyataan yang diperoleh". Menurut Yamit (2004: 78) "kepuasan pelanggan adalah ungkapan perasaan pelanggan yang muncul dari hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang didapatkan dengan apa yang diharapkan. Hasil penelitian Dita Putri Angraeni ini menunjukkan hasil yang sesuai dengan beberapa teori dan penelitian terdahulu yang sudah dikemukakan, bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,528, dengan t hitung sebesar 4,947 dan nilai signifikan sebesar 0,000 ($p < 0,05$), maka keputusan H_0 ditolak. Berarti hipotesis yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima

3.2 Kualitas produksi terhadap kepuasan pelanggan

Hasil uji *chi-square* antara variabel Produksi dengan kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kedua variabel tersebut dengan nilai $p=0,00$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima ini menunjukkan bahwa kualitas produksi sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan di rumah makan Berkah Kec, Sinjai Timur

Hasil penelitian ini sejalan dengan Kualitas produk merupakan salah satu aspek penting dan sangat perlu untuk mendapatkan perhatian yang serius bagi setiap pelaku bisnis termasuk rumah makan untuk tetap bertahan dan menjadi pilihan konsumen. Kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan konsumen yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dan harapan mereka terpenuhi



Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2022

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

"Kualitas merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan" (Kotler dan Keller 2009: 143). Kualitas dapat terpenuhi ketika perusahaan dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang menawarkan kualitas akan menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Hubungan baik yang sudah tercipta dalam jangka panjang akan membuat perusahaan mengerti terhadap kebutuhan yang diharapkan pelanggan. Hal seperti ini yang akan memberikan keuntungan positif bagi perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Dita Putri Angraeni .dkk yang mengatakan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) diterima. Hasil uji ini berarti diperoleh adanya pengaruh yang signifikan dari variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 55,3%.

4. Simpulan

Adapun kesimpulan pada penelitian ini yaitu Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bahwa pelayanan yang berkualitas dapat memberi kepuasan terhadap pelanggan. Dan juga Ada pengaruh yang signifikan kualitas produksi terhadap kepuasan pelanggan , bahwa produksi yang berkualitas sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

Amirullah, dkk, 2004, *Pengantar manajemen*, Yogyakarta, Graha Ilmu

Boyd, Harper W dkk 2000, *Manajemen Pemasaran*, Edisi kedua. Jakarta Erlangga.



Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 2, 2022

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

- Kotler, Philip 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Jakarta ; PT.Indeks Klompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008 ; *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi 12 Jakarta, Erlangga.
- Purnama, Nursya”bani 2006, *Manajemen Kualitas*, Edisi pertama Cetakan pertama; Ekonisia, Jogjakarta Perspektif Global
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa, 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Ghalia Indonesia.Bogor
- Sukirno, Sadono, 2004, *Pengantar Bisnis*, Kencana, Jakarta
- Tjiptono, Fandy, 2000, *Manajemen Jasa* Yogyakarta, Andi
- Tjiptono Fandy, 2001, *Dimensi dan Prinsip Kualitas Layanan*, Yogyakarta, Penerbit Andi Offset
- Tjiptono Fandy, 2006, *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama Yogyakarta Andi
- Tjiptono , Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi ketiga Yogyakarta; Andi