



PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APOLLO KULINER NAGARI TANDIKEK SELATAN KABUPATEN PADANG PARIAMAN

F Yasmeardi¹, Yull Hartono², Feni Ramadhani³

¹Dosen Program Studi Administrasi Publik, STIA LPPN Padang

²Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, STIA LPPN Padang

³Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, STIA LPPN Padang

E-mail: fyasmeardi@stia-lppn.ac.id¹ yulhartono@stia-lppm.ac.id²

ABSTRACT

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert dengan jumlah 50 responden dan dianalisis menggunakan SPSS 25.0. teknik pengambilan sampel menggunakan incidental sampling metode statistik yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan pengujian hipotesis uji t dan uji koefisien determinan. Dari hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki rata-rata skor sebesar 4.085 dengan tingkat capaian respondens (TCR) 81,7% berada pada 80% - 89,9% dengan kategori baik. 3) Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai thitung sebesar 6,008 > 2,010 dengan hasil signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Apollo Kuliner. Berdasarkan uji koefisien determinansi (Adjusted R Square) sebesar 0,417 yang berarti bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 41,7%. Sedangkan sisanya 58,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dengan persamaan regresi $Y = 5,625 + 0,330X$

Keywords: Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

I. PENDAHULUAN

Sekarang ini pelaku bisnis dituntut untuk menjadi kreatif dalam setiap aspeknya agar siap menghadapi persaingan yang semakin meningkat. Dimana setiap perusahaan mengedepankan keunggulannya serta berusaha untuk memuaskan pelanggan. Oleh karena

itu, setiap perusahaan harus mampu mengenali dan mengetahui apa saja kebutuhan dan keinginan pelanggan serta mampu menciptakan produk yang berkualitas.

Seorang pelanggan yang puas akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal. Menurut Swam Dalam (Tjiptono, 2014:353) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah sebagai evaluasi secara sadar menyangkut apakah kinerja produk bagus atau jelek atau cocok atau tidak cocok dengan tujuan dan juga penggunaannya.

Ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan salah satunya adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (2016:145), kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. Pelanggan mengharapkan produk yang dibeli memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan agar dapat memuaskan mereka. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil, dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera pelanggan. Jadi kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan di dalam produk (barang dan jasa) dan digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan (Feingenbaum, 2000:6).

Menurut informasi yang didapatkan oleh peneliti, pengunjung Apollo Kuliner akhir-akhir ini sedang mengalami penurunan sehingga juga menyebabkan penurunan pada penjualan. Hal ini disebabkan karena banyaknya muncul pesaing baru di bidang kuliner di nagari Tandikat Selatan yang menyediakan kualitas produk yang baik dan lebih menarik. Kualitas produk merupakan salah satu faktor terpenting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, ada beberapa pelanggan memberikan keluhan tentang rasa produk yang di sajikan hambar atau keasinan, penyajian produk antara yang di menu dengan yang disajikan bentuknya berbeda, produk yang ada di menu tidak tersedia, waktu penyajian produk yang lama sehingga pelanggan jenuh untuk menunggu, dan selain itu juga Apollo Kuliner belum pernah melakukan survey terkait kepuasan pelanggan. Untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Apollo Kuliner.

Perkembangan jumlah pengunjung Apollo Kuliner dalam 2 tahun terakhir mengalami penurunan. Pada tahun 2019 pengunjung Apollo Kuliner sebanyak 24.280 orang. Pada tahun 2020 pelanggan Apollo Kuliner mengalami kenaikan menjadi 25.200 orang. Namun pada tahun 2021 dan 2022 jumlah pelanggan Apollo Kuliner mengalami penurunan yang cukup drastis dimana pada tahun 2021 jumlah pelanggan Apollo Kuliner sebanyak 22.540 orang dan pada tahun 2019 sebanyak 18,245 orang.

Dari latar belakang masalah di penelitian ini akan mengkaji lebih dalam tentang kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Maka judul penelitiannya adalah “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APOLLO KULINER NAGARI TANDIKEK SELATAN KABUPATEN PADANG PARIAMAN”.

II. METODE

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal. Menurut Sugiyono (2013:13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berdasarkan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada biasanya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau data statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang tujuannya untuk mendeskripsikan objek penelitian atau hasil penelitian. Penelitian ini menggambarkan fakta mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Apollo Kuliner.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Appollo Kuliner Nagari Tandikek Selatan Kecamatan PataSampel muan Kabupaten Padang Pariaman. Penelitian ini dilaksanakan selama 2 (dua) bulan atau sesuai jadwal yang telah ditentukan oleh STIA-LPPN Padang.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2010:90) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dari penelitian ini, populasinya adalah semua pelanggan Appollo Kuliner. Dalam sehari pengunjung Apollo Kuliner kurang lebih 50 orang.

2. Sampel

Menurut Multiyatiningsih (2011:10) sampel adalah cuplikan dari populasi". Agar hasil penelitian dapat diterima, sampel penelitian harus mewakili semua karakter populasi. Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen di Appollo Kuliner yang dihitung dari jumlah populasinya.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah incidental sampling. Teknik ini dianggap sebagai teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, artinya setiap orang yang bertemu dengan peneliti dapat dianggap sebagai sampel (Sugiyono, 2006:67).

Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah orang atau konsumen yang kebetulan datang dan menikmati produk di Appollo Kuliner tersebut diwaktu peneliti sedang melaksanakan penelitian. Menurut Arikunto (2016: 104), jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, namun jika populasinya lebih dari 100 orang, maka sampel dapat diambil 10%-25% dari jumlah populasinya. Karena jumlah pengunjung Apollo Kuliner dalam sehari kurang dari 100, maka peneliti menetapkan jumlah sampel sama dengan jumlah populasi yaitu sebanyak 50 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner (angket) adalah metode pengumpulan data yang melibatkan mengirimkan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada orang yang berpartisipasi dalam penelitian untuk meminta tanggapan mereka. Metode kuesioner digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Apollo Kuliner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner skala likert. Data yang diperoleh berdasarkan pendapat/iawaban seseorang. Karena penggunaan skala, yang dalam kasus ini berkisar antara 1 dan 5, skala Likert memiliki variasi skor (variability of scorer)

2. Observasi

Pengamatan dan pencatatan gejala yang terlihat pada subjek penelitian disebut observasi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai rumusan masalah yang disusun (Sujarweni, 2015). Peneliti melakukan observasi berarti turun langsung ke Lapangan untuk melihat secara langsung kualitas produk dalam kegiatan produksi di Apollo Kuliner tersebut.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu dengan mengolah data yang telah diperoleh dan menyesuaikan literatur yang didapat dibangku kuliah serta buku-buku dari perpustakaan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tingkat Kualitas Produk

Hasil penelitian ini diperoleh informasi bahwa skor rata-rata variabel kualitas produk (X) adalah 4.085 dengan tingkat capaian respondens (TCR) 81,7% berada pada 80% - 89,9% dengan kategori baik. Artinya bahwa respondens memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas produk. Pada variabel kualitas produk, item pertanyaan 13 dengan indikator reabilitas (reability) memiliki rerata tertinggi dengan nilai 4,52 dengan tingkat capaian respondens (TCR) 90,4% dengan kriteria sangat baik yaitu Apollo Kuliner selalu menjaga peralatan makanan & minuman tetap bersih dan higienis agar kualitas produk tetap terjaga. Sedangkan item pernyataan 10 pada indikator fitur (features) dengan rata-rata 3,5 dengan tingkat capaian respondens (TCR) 70% dengan kriteria cukup baik yaitu pelanggan menganggap bahwa Apollo Kuliner menyediakan makanan dan minuman dengan topping yang tidak lengkap.

B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan SPSS versi 25 yang terlihat pada tabel 4.15 maka diperoleh nilai thitung > ttabel yaitu $6,008 > 2,010$ dengan hasil signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Apollo Kuliner.

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.14 diketahui bahwa koefisien determinansi sebesar (Adjusted R Square) sebesar 0,417 yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas produk) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 41,7%. Sedangkan sisanya 58,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak di bahas dalam penelitian ini. Dengan persamaan regresi $Y=5.265+0,330X$.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Oleh Yetti Husnul Hayati Dan Gracia Sekartaji (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Pak Nduut Solo dari hasil penelitiannya terdapat hubungan yang positif antara produk terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan bebek dan ayam goreng pak nduut solo. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan Oleh Ramadhan Harahap, SE., M.Si dengan hasil penelitiannya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan pada KFC Asia Mega Mas cabang Medan, yaitu jika kualitas produk ditingkatkan maka tingkat kepuasan pelanggan juga meningkat..

IV. PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa skor rata-rata variabel kualitas produk (X) adalah 4.085 dengan tingkat capaian respondens (TCR) 81,7% berada pada 80% - 89,9% dengan kategori baik. Artinya bahwa respondens memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas produk.

Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai thitung sebesar 6,008 > 2,010 dengan hasil signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Apollo Kuliner. Berdasarkan uji koefisien determinansi (Adjusted R Square) sebesar 0,417 yang berarti bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 41,7%. Sedangkan sisanya 58,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak di bahas dalam penelitian ini. Dengan persamaan regresi $Y=5.265 +0,330X$

B. Saran-saran

Diharapkan kepada pihak Apollo Kuliner agar lebih memperhatikan dan meningkatkan kembali kualitas produk kearah yang lebih baik lagi seperti menyediakan makanan dengan variasi menu yang berbeda dan topping yang lengkap agar tidak mengecewakan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan senang ketika mengkonsumsi produk tersebut.

Diharapkan kepada pihak Apollo Kuliner agar lebih memperhatikan pelanggan sehingga pelanggan tidak akan berpindah kepada pesaing lainnya dan lebih memperhatikan saran dan kritikan dari pelanggan sehingga dapat merubah produk kearah yang lebih baik lagi.

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar lebih luas dalam membahas permasalahan mengenai kepuasan pelanggan dengan menambahkan variabel- variabel independen yang sesuai sehingga bisa memperkuat lagi pembahasan yang ada dengan berbagai aspek- aspek di dalamnya

REFERENSI

- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Burhanuddin, A. (2013, September 24). *Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Retrieved from Wordpress: <https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/penelitian-kuantitatif-dan-kualitatif-2/>
- Feigenbaum. (2000). *Kendali Mutu Terpadu Edisi 3*. Jakarta: Erlangga.
- Giese, J., & Cote, J. (2000). *Defining Consumer Satisfaction*. Academy Of Marketing Science Review, 1-27.
- Gofur, A. (2019, Februari 1). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4.
- Harahap, R. (2017, Juni 1). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan*. Jurnal Manamen Tools, 7.
- Harahap, R. (2017, Juni 1). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan*. Jurnal Manajemen Tools, 7.
- Hayati, Y. H., & Sekartaji, G. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo*. Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran (Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu ed.)*. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing An Introducing Edisi 12*. England: Pretiece Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen Edisi 15*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Media, A. (2021, Oktober 20). *Mengukur Kepuasan Konsumen Menurut Para Ahli*. Retrieved Desember 7, 2022, from Creator Media: <https://creatormedia.my.id/cara-mengukur-kepuasan-pelanggan-menurut-para-ahli/>
- Mulyana, A. (2020, Maret 22). *Instrumen Penelitian*. Retrieved from ainamulyana.blogspot.com: <https://ainamulyana.blogspot.com/2016/04/instrumen-penelitian.html>

- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sartika, D., & Bastiani, A. (2018). 3. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Nenas Di Desa Kualu Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Jurnal Ekonomi, Keuangan & Manajemen*.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi* . Yogyakarta: Pustaka Baru Pres.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center Of Academic.
- Supranto, j. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Edisi 4*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran. Jilid2*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran. Jilid 4*. Yogyakarta: Andi Offset