JURNAL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN CAHAYA KEDIRI

THE EFFECT OF QUALITY PRODUCTS, PROMOTION, AND SERVICES CUSTOMER IN RESTAURANT CAHAYA KEDIRI

Oleh:

PUTRI ISNAINI YUNIA AMBAR

NPM: 12.1.02.02.0164

Dibimbing oleh :

1. Dr. Samari, S.E., M.M
2. Sigit Ratnanto, S.T, M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Putri Isnaini Yunia Ambar
NPM	: 12.1.02.02.0164
Telepon/HP	: 081232007550
Alamat Surel (Email)	: vanesaputri0106@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Cahaya Kediri
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. K.H. Achmad Dahlan No.76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis**)** dan bebas plagiatisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 31 Januari 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis
Dr. H. Samari, S.E, M.M NIDN : 0712026201	Sigit Ratnanto, S.T, M.M NIDN. 0706067004	Putri Isnaini Yunia Ambar NPM. 12.1.02.02.0164

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN CAHAYA KEDIRI

Putri Isnaini Yunia Ambar
NPM : 12.1.02.02.0164
Ekonomi - Manajemeni
Email: vanesaputri0106@gmail.com
Poniran Yudho L., S.E., M.M dan Sigit Ratnanto, S.T, M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia perdagangan yang semakin ketat mengharuskan pelaku usaha untuk dapat memiliki keunggulan kompetitif yang berkesinambungan. Bisnis makanan menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Pergeseran pola hidup di msyarakat yang sudah mulai terbiasa untuk makan di luar rumah karena untuk efisiensi dan juga dijadikan sarana refreshing, bersama keluarga maupun kerabat..

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Cahaya. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk, promosi, dan pelayanan serta variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Rumah Makan Cahaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang.Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Skala pengukurannya menggunakan skala Likert. Pada analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas dan uji regresi linier berganda dengan program aplikasi SPSS *Versi* 21.

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel kualitas produk dengan nilai signifikansi sebesar 0,028; variabel promosi dengan nilai signifikansi sebesar 0,002; dan variabel pelayanan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan hasil penelitian menggunakan Uji F diperoleh signifikansi sebesar 0,000.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial dan secara simultan kualitas produk, promosi, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Cahaya Kediri.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi, dan Pelayanan, terhadap Kepuasan Pelanggan

I. LATAR BELAKANG

Persaingan dalam dunia perdagangan yang semakin ketat mengharuskan pelaku usaha untuk dapat memiliki keunggulan kompetitif yang berkesinambungan. Apalagi dengan adanya globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat dunia seolah tanpa batas. Bisnis makanan menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi , makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Dimanapun dan kapanpun

masyarakat akan membutukan makanan sebagai sumber pokok kehidupan. Selain itu terjadinya pergeseran pola hidup di msyarakat yang sudah mulai terbiasa untuk makan di luar rumah karena untuk efisiensi dan juga dijadikan sarana refreshing, bersama keluarga maupun kerabat. Hal ini sesuai dengan penelitian Sasongko dan Subagyo 2013) yang menyatakan Masyarakat Indonesia saat ini cenderung lebih menyukai memenuhi kebutuhan pangan dengan mengkonsumsi makanan yang dibeli dari restoran, depot, dan lainnya. Hal tersebut dikarenankan budaya yang muncul seperti malas untuk memasak sendiri di rumah dan cita rasa masakan restoran yang memiliki image lebih enak daripada masakan buatan sendiri

Untuk itu pelaku usaha makanan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi usahanya untuk terus berkembang agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Kepuasan pelanggan menurut Daryanto (2013:9) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan, dibandingkan dengan harapan. Kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila harapan pelanggan dapat terpenuhi dan terlampaui. Ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, maka pihak manajemen harus mengetahui faktor-faktor yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, baik itu dari : performa karakteristik, ciri-ciri, dan keistimewaan, keandalan, spesifikasi, daya tahan, estetika, dan kualitas (Kotler, 2007).

Dalam bisnis makanan kepuasan pelanggan salah satunya dipengaruhi oleh kualitas produk yang disajikan. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi informasi dan ide. (Kolter, 2007:259). Kualitas produk merupakan hal pertama yang dinilai pelanggan dan menjadikan suatu pengalaman yang dapat menarik pelanggan potensial apabila mereka terpuaskan dengan produk tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Sugianto dan Sugiharto (2013) yang mendapatkan hasil produk yang

diproksikan dengan Food quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain kualitas produk juga harus mempertimbangkan faktor lain yaitu promosi. Menurut Simamora (2007:614), promosi adalah usaha perusahaan untuk mempengaruhi calon pembeli melalui pemakaian segala unsur atau bauran pemasaran. Promosi ang tepat dan sesuai dengan kondisi yang di promosikan akan berdampak pada kepuasan pelanggan yang tertarik pada promosi tersebut. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Tjahjaningsih (2013) yang mendapatkan hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tindakan lainnya untuk memuaskan pelanggan yaitu dengan cara pemberian pelayanan yang sebaik-baiknya. Pelayanan menurut Christina (2006) dalam Prasetyo (2012:3), merupakan perspektif pelanggan dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari jasa transfer. Perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan kualitas pelayanan akan menikmati keunggulan persaingan sehingga perusahaan dapat dengan mudah membina kepuasan pelanggan dan membina hubungan pelanggan dengan sukses. Penelitian Sasongko dan Subagio (2013) sejalan dengan hal tersebut yang mendapatkan hasil bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Survei awal telah saya lakukan pada rumah makan Cahaya yang bertempat di Jalan Raya Maron Kediri. Pada dasarnya yang menjadi usaha inti rumah makan Cahaya adalah sate kambing dan soto daging. Penjualan pada rumah makan cahaya dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Selama tahun 2014 saja penjualan rumah makan Cahaya mencapai Rp. 78.570.000 naik sebesar 16,63% dari tahun 2013 yang dengan penjualan sebesar 65.505.000. Banyaknya persaingan kerja dalam profesi yang sama membuat rumah makan Cahaya harus melakukan terobosan untuk tetap bisa bersaing dengan yang lainnya, salah satu cara adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menambah kualitas produk, promosi yang tepat dan menarik dan pelayanan yang baik.

Berdasarkan survei awal rumah makan Cahaya di atas peneliti tertarik untuk membahas penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Pelayanan terhadap

Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Cahaya Kediri".

II. METODE

Variabel terikat atau variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan. Sedangkan variabel bebas adalah Kualitas Produk (X1), Promosi (X2), dan Pelayanan (X3).

Indikator kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan. Indikator kualitas produk adalah manfaat produk, penampilan produk yang menarik, dan produk yang berkualitas. Indikator harga adalah jangkauan promosi,kuantitas menayangan iklan, kualitas penyampaian di media promosi. Indikator variabel pelayanan adalah pelayanan yang ramah, pelayanan yang cepat, penampilan kaeryawan yang rapid an bersih dan perhatian personal kepada para pelanggan.

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research.*

Penelitian ini dilakukan di makan Cahaya Kediri. Waktu penelitian adalah Mei sampai dengan September 2016.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan rumah makan Cahaya Kediri selama tahun 2015..

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental sampling* dan di dapatkan sampel sebanyak 50 responden.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner (angket) dan disusun berdasarkan skala likert. Skala likert.

Penghitungan validitas di bantu dengan menggunakan program SPSS versi 21. Hasil pengujian menunjukkan tingkat validitas dari instrumen nilai r hitung lebih dari rtabel. sehingga instrument penelitian dinyatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas menunjuknan hasil bahwa nilai Cronbach's Alpha semua variabel > 0,6, sehingga semua variabel dikatakan reliabel.

Langhah-langkah pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner yang disebarkan kepadapelanggan rumah makan Cahaya Kediri.

Teknik Analisis Data yang digunakan yaitu yang pertama Uji Asumsi Klasik yang terdiri darai Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji

Autokorelasi dan Uji Heteroskedastisitas

Analisis linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh antara variabel dengan menggunakan progam SPSS versi 21.

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen

Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent

b. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2011:98), mengemukakan Uji F (uji simultan) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap varriabel dependent (terikat)

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Rumah makan Cahaya adalah salah satu rumah makan yang berada di Kediri. Rumah makan Cahaya tersedia beberapa menu makanan diantaranya sate, gulai, soto, rawon dan krengsengan. Rumah makan Cahaya tidak hanya memberikan menu yang enak tetapi juga memberikan pelayanan yang ramah. Rumah makan cahya buka setiap hari mulai pukul 08.00 sampai dengan pukul 22.00.

Hasil uji normalitas didapatkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,965 angka ini lebih besar dari α = 0,05 sehingga menunjukkan data berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinieritas menunjukkan variabel kualitas produk, promosi dan pelayanan memiliki nilai Tolerance sebesar 0,762; 0,866 ; 0,838 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 1,313; 1,155 ; 1,193 yang lebih kecil dari 10. dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

Hasil uji Autokorelasi menunjukkan nilai DW hitung lebih besar dari (du) = 1,665 dan kurang dari 4 – 1,665 (4-du) = 2,335 atau du < d < 4 – du atau 1,665 < 1,829 <

2,335, sehingga model regresi bebas dari masalah autokorelasi..

Hasil uji Heteroskedastisitas menunjukkan titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada Analisis Regresi Linier Berganda didapatkan persamaan sebagai berikut :

$Y = 4{,}816 + 0{,}206X_1 + 0{,}219X_2 + 0{,}327X_3 + e$

Hasil uji Koefisien Determinasi didapatkan *Adjusted R Square* sebesar 0,572 menunjukkan bahwa adalah kualitas produk, promosi, dan pelayanan dapat menjelaskan K epuasan pelanggan sebesar 57,2% dan sisanya yaitu 42,8% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah makan Cahaya. dengan nilai signifikan variabel kualitas produk 0,028 < 0,05.

Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah makan Cahaya. dengan nilai signifikan variabel promosi 0,000 < 0,05.

Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah makan Cahaya. dengan nilai signifikan variabel pelayanan 0,002 < 0,05.

Kualitas produk, Promosi, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah makan Cahaya. dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Dewi, Chandra .2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Minat Beli Pelanggan Di Rumah Makan Boga-Bogi Surakarta. Surakarta : STIE-AUB

Durianto, Darmadi, dkk. 2004. Strategi Menaklukkan Pasar. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ferdinand, Agusti. 2002. Stategi Pemasaran. Jakarta : Gramedia

Ghozali, Imam 2011. Analisis Multivariat dengan Program SPSS, Edisi Ketiga. Jakarta. PT. Elex

Hasan, Ali. 2009. Marketing, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Media Pressindo

Irawan dkk. 2001. Pemasaran Prinsip Dan Kasus. Yogyakarta: BPFE

Jasfar. 2009. Manajemen Jasa. Jakarta : Ghalia Indonesia

Kotler, Philip dan Keller. 2003. Manajeen Pemasaran. Jakarta : Gelora Aksara Pratama

2006. Manajemen Pemasaran Edisi 11. Jakarta: PT. Indeks.

& Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga Nasution. 2005. Manajemen Produksi. Jakarta : Gramedia

Prawira, Bayu dan Yasa, Ni Nyoman Kerti. 2013. Pengaruh Promosi, Citra Merek Dan Persepsi Menu makanan Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. Bali : Universitas Udayana Bali

Rizki, Anggitan Rizana Aulia. 2013. Analisis Pengaruh Promosi, Menu makanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Minat Beli Ulang. Semarang

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis. Bandung:Alfabeta.

_____. 2010b. Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta

Suharli, Michell. 2006. Akuntansi Untuk Bisnis Jasa dan Dagang. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Simamora.2002.Prilaku Pelanggan.Surabaya: Gramedia

Swasta, Basu dan Irawan. 2003. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Thamrin,Abdullah. 2003. Manajemen Produksi dan Industr kecil.Jakarta : Universitas Terbuka

Tjiptono, Andi. 2001. Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS). Yogyakarta: Andi.