

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Kedai Yoko

TRİYOKO

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
Jl. Kusumanegara No.157 Daerah Istimewa Yogyakarta 55165
E-mail : triyoko2189@gmail.com

Submit : 2021-11-08

Review : 2022-01-06

Publish : 2022-02-26

Abstract: This study aims to examine and analyze product quality and service quality, customer satisfaction and repurchase intention. This research was conducted at Kedai Yoko in Bantul. The technique used in sampling uses a census. Data collection is carried out by questionnaires given directly to consumers. The number of questionnaires processed was 100 questionnaires. The analytical tool used is multiple linear regression with the help of SPSS 23 software. Based on the analysis conducted, the results show that product quality variables have a significant effect on customer satisfaction, service quality has a significant effect on customer satisfaction and customer satisfaction has an effect on repurchase interest. Product quality and service quality simultaneously affect customer satisfaction, customer satisfaction simultaneously affect the interest in repurchase

Keywords: *Product quality, service quality, customer satisfaction and repurchase interest.*

Dunia kuliner semakin hari semakin berkembang dunia kuliner menawarkan inovasi-inovasi yang membuat para penikmat wisata kuliner semakin mudah menemukan pilihan makanan yang ingin dinikmati. Wisata kuliner memiliki daya tarik tersendiri dan mampu menjadi magnet untuk wisatawan lokal maupun mancanegara yang berkunjung di suatu daerah. Setiap daerah memiliki ciri khas makanan yang mampu membuat daya tarik wisatawan untuk datang ke daerah tersebut. Wisatawan dapat menikmati wisata kuliner sekaligus menikmati dunia pariwisata yang ditawarkan di daerah yang dikunjungi. Salah satu wisata kuliner yang berada di Bantul adalah kedai Yoko. Kedai Yoko merupakan kuliner malam yang menyajikan makanan khas oriental yang cukup terkenal di Jogja salah satunya adalah sego godok, sego goreng jowo dan mie goreng jowo

Produk didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (2014) sebagai berikut : *A product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need.* arti dari definisi tersebut adalah

segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.. Produk yang ditawarkan di Kedai Yoko cukup bervariasi dan memiliki menu yang cukup banyak diantaranya ada sego goreng jawa, sego goreng, magelangan, segogodok, mie goreng, mie godok, mie campur, bihun goreng, bihun godok dan capcay. Harganya pun semua dipukul rata perpersinya Rp.10.000, dengan hanya 10.000 ribu sudah dapat menikmati satu porsi menu yang tersedia. Untuk minuman yang disediakan juga memiliki varian yang cukup banyak mulai dari jeruk peras segar teh dan minuman instan, penyajian minumannya pun dapat memilih disajikan panas atau dingin. dan tentunya harganya juga cukup murah hanya Rp.3000. Walaupun harganya bisa dibilang murah namun kedai Yoko tetap memperhatikan dan mengutamakan kualitas produk yang dijual. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan (Ramadhan & Santosa, 2017) (Alifia & Lutfie, 2018) dan (Terhadap et al., 2017) yang menunjukkan bahwa

kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Definisi kualitas pelayanan adalah seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Dengan demikian ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Pelayanan yang diberikan Kedai Yoko terhadap konsumen tidak terlalu formal seperti di restoran namun cukup membuat konsumen nyaman dan tentunya Kedai Yoko tetap memperhatikan etika dan nilai kesopanan dalam melayani konsumen. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Hymy et al., 2019) dan (Alifia & Lutfie, 2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2016), adalah: "Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations". Dari definisi di atas untuk memberikan kepuasan kepada konsumen Kedai Yoko melakukan upaya-upaya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan salah satunya menjaga kualitas produk dan pelayanannya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Safitri, 2017) (Produk et al., 2019). (Resti & Harry Soesanto, 2016) dan (Terhadap et al., 2017)(Prathama et al., 2019) yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Pengertian minat beli ulang menurut penelitian Nurhayati dan Wahyu (2021) adalah keinginan serta tindakan konsumen untuk membeli ulang produk tertentu. disebabkan adanya kepuasan yang diterima setelah membeli produk tersebut. Minat beli ulang yang terjadi di Kedai Yoko membuat pegawai kedai lebih mudah dalam melayani konsumen dari segi pelayanan ataupun dari segi selera konsumen. minat beli ulang memberikan

keuntungan dalam banyak hal salah satunya dalam segi pelayanan pegawai kedai jadi lebih mengetahui selera konsumen, disisi lain juga membuat kedai memiliki banyak konsumen tetap yang loyal terhadap Kedai Yoko. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan (Resti & Harry Soesanto, 2016) (Safitri, 2017) dan (Prathama et al., 2019) yang menunjukkan bahwa minat beli ulang berdampak positif terhadap Kedai Yoko.

Menurut Sukmawati dan Suyono dalam Pramono dikutip dari Annafik dan Rahardjo (2012), minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. Kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukai atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan

Menurut Kotler dan Armstrong (2015)/ Produk adalah : "A product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use or consumption that might satisfy a want or need". Jonh W. Mullins dan Orville C. Walker (2013) mendefinisikan produk sebagai berikut : "A product can be defined as anything that satisfies a want or need through use, consumption or acquisition"

Menurut Fandy Tjiptono (2012) mendefinisikan kualitas yaitu ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Secara sederhana kepuasan menurut Kotler dalam buku Sunyanto (2013), kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (hasil/kinerja) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah

harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan makan konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Kualitas produk atau makanan dalam sebuah usaha kuliner harus dijaga agar tetap menghasilkan produk atau makanan tersebut tetap sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan sebuah restoran. Kualitas produk di sebuah restoran harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga pelanggan akan loyal dengan produk tersebut dan akan membeli ulang produk tersebut

H1 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Yoko.

Pelayanan yaitu sebagai segala bentuk aktivitas yang diberikan oleh pelanggan dengan tujuan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan

H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Yoko

Kepuasan konsumen memberikan manfaat diantaranya pengaruh antara kedai dan konsumen menjadi lebih baik dan harmonis, memberikan dasar yang cukup baik bagi terciptanya pembelian ulang dan loyalitas konsumen serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut-kemulut yang dapat memberikan keuntungan bagi kedai Yoko.

H3 : Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang di Kedai Yoko

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu peneliti berusaha untuk menemukan pengaruh langsung dari variabel bebas yaitu Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

terhadap minat beli di kedai yoko. Karena analisis penelitian berdasarkan pada teori-teori yang sudah ada dan berhubungan dengan topik penelitian, Penelitian dilakukan pada kedai yoko. Tempat ini merupakan salah satu kedai yang berada di Kota Bantul Yogyakarta, tepatnya di Dusun monggang pendowoharjo sewon Bantul Yogyakarta.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan sensus. Pengumpulan data dilakukan kuesioner yang diberikan secara langsung kepada konsumen. Jumlah kuesioner yang diolah adalah sebanyak 100 kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 23.

HASIL

Karakteristik Responden adalah gambaran umum responden berdasarkan kriteria tertentu diantaranya jenis kelamin, usia, Pendidikan. Jumlah responden yang diteliti adalah 100 orang pelanggan kedai Yoko yang mengisi dan mengembalikan kuisisioner. Responden pada kriteria jenis kelamin yaitu laki-laki 57% dan perempuan 43%, kriteria usia yaitu usia 21-30 44%, usia 31-40 22%, usia 41-50 17%, usia 51 keatas 2%, kriteria Pendidikan yaitu SLTP 6%, SLTA 51%, Diploma 14%, Sarjana 26%, Pasca Sarjana (S2, S3) 3%.

Nilai r hitung diperoleh dari person correlation, instrument penelitian dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung yang diperoleh lebih besar 0,1966. Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan menggunakan SPSS versi 23. Maka Validitas variabel kualitas produk yang terdiri dari 4 pernyataan valid semuanya, kualitas pelayanan dari 3 pernyataan valid semuanya, kepuasan konsumen dari 4 pernyataan valid semuanya, minat beli ulang dari 4 pernyataan valid semuanya. Kemudian didapatkan nilai alfa Cronbach dari masing-masing variabel, kualitas produk 0,582, kualitas pelayanan 0,546, kepuasan konsumen

0,807, minat beli ulang 0,743, sehingga dari semua variabel dikatakan reliabel karena nilai alfa cronbachnya lebih besar dari 0,5 dan dapat diolah untuk selanjutnya.

Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai 5 terbanyak adalah sebanyak 44 responden diperoleh dari pernyataan ke-4 yaitu “Walaupun sertifikasi Halal di Kedai Yoko belum ada saya percaya dengan kehalalannya”. Sedangkan nilai terendah 1 terbanyak adalah sebanyak 1 responden diperoleh pada pernyataan ke-4 “ Walaupun sertifikasi Halal di Kedai Yoko belum ada saya percaya dengan kehalalannya ”

Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai tertinggi 5 adalah sebanyak 48 diperoleh dari pernyataan ke-2 yaitu “ Karyawan Kedai Yoko selalu bersikap ramah ”. Sedangkan nilai terendah 2 adalah sebanyak 1 diperoleh pada pernyataan ke-1 “ yang disediakan di Kedai Yoko sudah cukup lengkap (toilet,tempat duduk,wifi).”

Variabel Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai tertinggi 5 terbanyak adalah sebesar 48 diperoleh dari pernyataan ke-3 yaitu “Saya merasa senang dan puas dengan kesopanan yang dimiliki karyawan”. Sedangkan nilai terendah 2 terbanyak adalah sebesar 1 diperoleh pada pernyataan ke-2 yaitu “Saya merasa puas dengan cita rasa produk Kedai Yoko”.

Variabel Minat Beli Ulang

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai tertinggi 5 terbanyak adalah sebesar 53 diperoleh dari pernyataan ke-1 yaitu “Saya akan membeli lagi produk di Kedai Yoko”. Sedangkan nilai terendah 3 terbanyak adalah sebesar 1 diperoleh pada pernyataan ke-4 yaitu “Saya berniat mencobaproduk lain di Kedai Yoko”.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda Kepuasan Konsumen Y1

Berdasarkan hasil perhitungan program SPSS versi 23.00 diperoleh hasil sebagai berikut. $KK = 1,956 + 0,400KP + 0,686KPL$ Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka interpretasi dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1.a = Konstanta sebesar menyatakan bahwa jika variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dianggap konstan maka minat beli ulang akan meningkat.

2.b1 = 0,400 koefisien regresi Kualitas produk sebesar 0,400 yang berarti apabila kualitas pelayanan konstan, maka dengan adanya peningkatan Kualitas produk yang semakin baik sehingga mengakibatkan kepuasan konsumen meningkat.

3.b1 = 0,686 koefisien regresi Kualitas pelayanan sebesar 0,400 yang berarti apabila kualitas produk konstan, maka dengan adanya peningkatan Kualitas pelayanan yang semakin baik sehingga mengakibatkan kepuasan konsumen meningkat.

Analisis Regresi Linier Berganda Minat Beli Ulang Y2

Berdasarkan hasil dari perhitungan program SPSS versi 23.00 maka diperoleh hasil sebagai berikut :

$$MBU = 6,988 + 0,558 KK$$

Berdasarkan dari persamaan regresi diatas maka interpretasi dari masing-masing variabel yaitu :

1..a = Konstan sebesar 6,988 menyatakan bahwa jika variabel kepuasan konsumen dianggap konstan maka minat beli ulang akan meningkat.

b1 = 0,558 koefisien regresi Kepuasan konsumen sebesar 0,558 maka dengan adanya peningkatan Kepuasan konsumen yang semakin baik sehingga mengakibatkan minat beli ulang meningkat.

Uji Hipotesis

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa nilai thitung pada variabel kualitas

produk sebesar 3,376, variabel kualitas pelayanan sebesar 4,263, variabel kepuasan konsumen sebesar 4,673. Sehingga diperoleh kesimpulan sebagai berikut hipotesis 1,2,3 diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di kedai Yoko. Dari hasil ini menunjukkan kesamaan dengan peneliti terdahulunya yang dilakukan oleh (Ramadhan & Santosa, 2017).

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di kedai Yoko. Dari hasil ini menunjukkan kesamaan dengan peneliti terdahulunya yang dilakukan oleh (Resti & Harry Soesanto, 2016).

Pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan kepuasan konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli ulang di kedai Yoko. Dari hasil ini menunjukkan kesamaan dengan peneliti terdahulunya yang dilakukan oleh (Safitri, 2017). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di kedai yoko Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa diperoleh $F_{hitung} = 39,742 > \alpha = 0,05$. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel independent dengan variabel dependen, maka dengan demikian hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel independent yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen di Kedai Yoko.

Pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang di kedai yoko

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa diperoleh $F_{hitung} = 21,840 > \alpha = 0,05$. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel independent dengan variabel dependen, maka dengan demikian hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli ulang di Kedai Yoko.

Variabel yang paling dominan

Cara menentukan variabel independent yang paling dominan terhadap variabel dependen, dapat dilakukan dengan cara membandingkan koefisien regresi dari setiap variabel independent. Sumbangan relatif ini dapat diketahui dengan cara variabel independent yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel dependen yang memiliki koefisien regresi (beta) yang paling besar. Variabel kualitas produk memiliki koefisien regresi 0,328, variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi 0,411. variabel kepuasan konsumen memiliki koefisien regresi 0,427. Sehingga diperoleh koefisien regresi paling tinggi pada variabel kepuasan konsumen maka kepuasan konsumen memiliki pengaruh paling dominan.

SIMPULAN

Penelitian bertujuan untuk mengukur hubungan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Kedai Yoko.

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Yoko. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Yoko. Kepuasan konsumen berpengaruh

signifikan terhadap minat beli ulang di Kedai Yoko. Variabel yang paling dominan mempengaruhi minat beli ulang adalah kepuasan konsumen, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien regresi (Beta) yang dimiliki variabel kepuasan konsumen lebih besar dibandingkan variable kualitas produk dan kualitas pelayanan.

DAFTAR RUJUKAN

- Alifia, H. N., & Lutfie, I. H. (2018). *THE EFFECT OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE*. 4(2), 388–395.
- Hymy, B., Tanoto, S., Psi, S., Extn, M. C., Bisnis, J. M., & Petra, U. K. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel*. 7(1).
- Prathama, F., Sahetapy, L., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2019). *KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN E-COMMERCE LAZADA*. 7(1).
- Produk, P. K., Layanan, K., Harga, D. A. N., Linardi, R., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2019). *TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BISNIS ONLINE SHOP RL _ WATCH*. 7.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12.
- Resti, D., & Harry Soesanto. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Iponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–12.
- Safitri, K. (2017). Analisis Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Stora Caffe MMXVI. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 170–171.
- Terhadap, H., Konsumen, K., & Restoran, P. (2017). *Jurnal pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada restoran pizza hut di kota kediri*. 01(09).