

Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Mie Raja Raos Ciracas

Musriyani¹, Ahmadun², Toni Sugiarto²

Fakultas Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Niaga
Universitas Respati Indonesia

Jl. Bambu Apus I No. 3 Cipayung Jakarta Timur 13890

Email: lppm@urindo.ac.id¹, ahmadunmad@yahoo.co.id², t_sugiarto@gmail.com²

Abstrak

Indonesia merupakan Negara dengan keanekaragaman kuliner, mulai dari usaha berskala kecil, menengah sampai usaha berskala besar. Pelaku usaha bidang makanan harus mampu menciptakan produk yang unik dan berbeda dari yang telah ada agar memudahkan para pelanggan membedakan produk tersebut dari pesaing sejenis. Salah satunya adalah pelaku usaha bidang mie ayam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Mie Raja Raos Ciracas. Metode penelitian kuantitatif menggunakan survei, dan Sampel berjumlah 60 responden melalui teknik *accidental sampling*. Hasil penelitian Kualitas Produk dan Pelayanan berhubungan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai korelasi r 0,722 (72,2%). Hasil uji determinasi menunjukkan faktor kualitas produk dan pelayanan berpengaruh 0,521 (52,1%) terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji regresi berganda pada α 5% menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh 0,399 (39,9%) sedangkan pelayanan 0,385 (38,5%). Pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F . Nilai hasil uji t kualitas produk adalah 2,308 dengan nilai signifikansi 0,025 dan nilai pelayanan 3,088 dengan nilai sig. 0,003. Hasil uji F 30,990 dengan nilai signifikansi 0,000. Berdasarkan semua uji hipotesis menunjukkan kualitas produk dan pelayanan memiliki t hitung > t tabel, nilai F hitung > F tabel dan nilai sig. < probabilitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bila kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Saran kedai Mie Raja Raos sebaiknya tetap mempertahankan ciri khas produk dan menjaga cita rasa produk, bahan baku berstandar baik, serta perlu meningkatkan kualitas pelayanannya agar para pelanggan tidak terlalu lama menunggu menu pesanannya, selera konsumen tetap di jaga agar pelanggan tetap loyal.

Kata kunci : Kualitas Produk, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

1. PENDAHULUAN

Indonesia dengan keanekaragaman kuliner, mulai dari usaha berskala kecil seperti warung tenda, berskala menengah seperti depot atau rumah makan sampai usaha berskala besar seperti restoran-restoran. Berperan dalam menciptakan produk unik dan berbeda dari yang telah ada, hal ini dimaksudkan agar para pelanggan dengan mudah dapat membedakan produk tersebut dari pesaingnya. Para pengusaha makanan ini harus menyiapkan strategi tepat untuk menyenangkan hati dan membangun rasa antusias para konsumennya didalam mengonsumsi produk dan jasa tersebut sehingga memberi kesan tersendiri bagi mereka. (Tjiptono, Fandy. 2004, Kotler, Philip. 2005). Kualitas pelayanan bidang kuliner menjadi hal penting karena selain menyediakan produk, perusahaan membutuhkan fasilitas pendukungnya yaitu pelayanan. Pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang sehingga dapat meningkatkan penjualan. (Supranto.

2006, Irawan, Handi. 2007). Kedai Mie ayam rica-rica "Raja Raos" adalah salah satu usaha makanan yang berdiri sejak beberapa tahun lalu. menawarkan sajian makanan mie ayam sebagai menu andalan dengan konsep olahan bercita rasa pedas, yang sasaran utamanya adalah pelanggan yang mempunyai selera makanan pedas. kegiatan ini sekarang berkembang dengan menu mie ayam bakso, mie ayam jamur. ayam bakar dan bakso serta aneka jus buah. Berlokasi di Jl. Poncol Raya Gg. Asem, Ciracas Jakarta timur. Usaha ini dibuat masih dalam keadaan sederhana, bernuansa nyaman dan santai, namun tetap memperhatikan penyajian kualitas produk, pelayanan yang baik dan penerapan harga terjangkau. walau letaknya yang jauh dari jalan utama dengan bangunan tidak terlalu besar, tidak membuatnya sepi pembeli. Kedai mie ayam "Raja Raos" dibuka mulai dari pagi hingga malam hari. Pelanggannya tidak hanya warga

sekitar tetapi juga dari luar wilayah Ciracas. Dari uraian diatas dibuat Penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Mie Raja Raos Ciracas”**.

2. TUJUAN PENELITIAN

Untuk menguji adanya pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan secara bersamaan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah kuantitatif, bersifat korelasional dengan pendekatan survey, dengan jumlah sampel 60 responden, menggunakan skala likert, data primer dan data sekunder, dan alat bantu berupa kuesioner.

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat : Kedai Mie Ayam Rica-rica “Raja Raos”
 Jl. Raya Poncol Gg. Asem, Ciracas, Jak-Tim.
 Waktu : Maret - Agustus 2015.

3.2 Kalibrasi (Uji Coba Instrumen)

Uji coba instrument menggunakan one shoot measure yaitu teknik pengujian instrument penelitian dengan penyebaran satu kali penyebaran saja (Ghozali, 2001 : 129).

a. Uji Validitas

Uji validitas dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pernyataan dengan total skor (Ghozali 2001:133) yang dilakukan dengan rumus korelasi *product moment* :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

Dimana :

- rx_y = Koefisien korelasi item soal.
- n = Jumlahsampel uji coba.
- ∑ x = Jumlah variabel x (skor item tiap responden).
- ∑ y = Jumlah variabel Y (total skor item tiap responden).
- ∑ xy = Jumlah hasil kali antara variabel X dan Y.
- ∑ x² = Jumlah kuadrat variabel X.
- ∑ y² = Jumlah kuadrat variabel Y.

Jika rx_y ≥ 0,195 untuk signifikan 5%, maka koefisien korelasi item soal valid. suatu

kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Perhitungan korelasi menggunakan software SPSS 20, setelah instrumen dikonstruksikan tentang aspek-aspek yang akan diukur berlandaskan teori-teori yang relevan, selanjutnya dikonsultasikan dengan ahli (dosen pembimbing) (Umar, Husein.2003.Sugiono 2006:271, 2013).

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik untuk mengetahui reliabilitas instrumen dilakukan rumus *alpha cronbach*. dengan metode Alpha (Arikunto, 2002) adalah :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

- r₁₁ = Reliabilitas instrumen.
 - k = Banyaknya butir pernyataan atau soal.
 - ∑σ²= Jumlah Varian butir.
 - σ² = Varian total.
- Jika r₁₁ mendekati 1.00 maka instrumen reliabel (handal).

c. Teknik Analisis Data

1. Analisis Koefisien Korelasi Berganda, dengan rumus :

$$R_{y1.2} = \sqrt{\frac{ry_1^2 + ry_2^2 - 2ry_1ry_2r_{12}}{1 - r_{12}^2}}$$

Keterangan :

- R_{y1.2} = Koefisien linier 3 variabel,
- ry₁ = Koefisien korelasi y dan X₁
- ry₂ = Koefisien korelasi variabel y dan X₂
- r_{1.2} = Koefisien korelasi variabel X₁ dan X₂

Dari hasil uji korelasi, dapat diketahui Hubungan Kuat/ tinggi/ lemah/rendah yang ditentukan oleh besar (rx_y).

Tabel 1 Tabel Produk Moment

No	Interval	Tingkat Hubungan
1.	0,00-0,199	Sangat Rendah
2.	0,20-0,339	Rendah
3.	0,40-0,559	Sedang
4.	0,60-0,799	Kuat
5.	0,80-1,000	Sangat Kuat

2. Uji Koefisien Determinasi

Rumusnya: $KDB = R^2y.12 \times 100\%$

3. Analisis Regresi Berganda

Dengan menggunakan rumus. (Sugiyono 2006)

Persamaan regresi : $Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$

Keterangan:

Y' = Kepuasan Pelanggan

A = Konstanta

b_1, b_2 = koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Pelayanan

4. Uji F

Uji ini untuk mengetahui apakah Variabel bebas (Kualitas Produk dan Pelayanan) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel Dependen (Kepuasan Pelanggan).

a) Rumusan Hipotesis :

H_0 : Tidak ada pengaruh sig. Kualitras Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

H_a : Ada pengaruh sig. Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

b) Menentukan tingkat signifikansi :

Sig. $\alpha = 5\%$ (0,05). Jika nilai sig.<0,05; H_0 ditolak & H_a diterima, jika nilai sig.>0,05; H_0 diterima, H_a ditolak.

c) Kriteria Pengujian :

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (H_0 ditolak, H_a diterima),
 Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ (H_0 diterima, H_a ditolak)

5. Uji t

uji t untuk mengetahui pengaruh koefisien regresi variabel Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Yang dirumuskan sebagai berikut :

a. H_{01} : tidak ada pengaruh sig. antara Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a2} : ada pengaruh sig. antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan pelanggan.

b. H_{02} : tidak ada pengaruh antara Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

H_{a2} : ada pengaruh signifikan antara Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji t : kriterianya: apabila nilai t hitung < t tabel dan nilai sig. > 0,05 ($\alpha = 5\%$) maka keputusan menerima H_0 dan menolak H_a (H_1 dan H_2). Dan koefisien regresi tidak sig. Sebaliknya apabila nilai t hitung > t tabel dan nilai sig. > 0,05 maka keputusan menerima H_a (H_1 dan H_2) dan menolak H_0 . Dan koefisien regresi signifikan secara statistik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Reponden:

Tabel 2 Analisis Univariat Karakteristik Responden (n = 60)

No	variabel	frekuensi	%	Valid %	Cumulative %
1	Jenis kelamin				
	-laki-laki	26	43.3%	43.3%	43.3%
	-perempuan	34	56.7%	56.7%	100%
2	Usia				
	-15-24tahun	37	61.7%	61.7%	61.7%
	-25-34tahun	12	20%	20%	81.7%
	-35-44tahun	7	11.7%	11.7%	93.3%
	-45-54tahun	2	3.3%	3.3%	96.7%
	-55-64tahun	2	3.3%	3.3%	100%
3	Jenis pekerjaan				
	-pelajar	10	16.7%	16.7%	16.7%
	-mahasiswa/i	15	25%	25%	25%
	-wiraswasta	14	23.3%	23.3%	23.3%
	-ibu ramah tangga	5	8.3%	8.3%	8.3%
	-lain-lain	6	26.7%	26.7%	26.7%
4	Frekuensi berkunjung				
	-1 kali	10	16.7%	16.7%	16.7%
	-2 kali	11	18.3%	18.3%	35%
	-> 2 kali	39	65%	65%	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan Menggunakan SPSS 20

Hasil Jawaban Kuesioner

Bila semua responden (60 orang) menjawab dengan skala terendah (=1), maka total nilai adalah $60 \times 1 = 60$. bila menjawab dengan skala tertinggi (=5), maka total nilai adalah $60 \times 5 =$

300 , Jarak = $300 - 60 = 240$, jumlah kelas = 5 kelas (sesuai skala), maka perhitungan interval adalah: Jarak : Kelas = $240 : 5 = 48$ maka penilaian dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 3 Interval Kelas untuk Menilai Jawaban Kuesioner

Kelompok	Penilaian Kualitas
60 – 108	Sangat Tidak Baik / Sangat Rendah
109 – 157	Tidak Baik / Rendah
158 – 206	Cukup
207 – 255	Baik/Tinggi
256 – 304	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Tabel 3 berfungsi sebagai kategorisasi hasil jawaban kuesioner ke dalam data kategorik (tinggi/rendah, baik/tidak baik, dan sejenisnya (Riduwan, 2006:59).

Kualitas Produk (X₁)

Instrumen penelitian variabel Kualitas terdiri dari: Kinerja, Keandalan, fitur, Ketahanan, Kesesuaian dan Estetika / Keindahan.

B. Kalibrasi Data

1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji Validitas instrumen digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Yaitu apabila memiliki nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ sebaliknya jika nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$ maka pernyataan kuisioner adalah drop(tidak valid). Nilai r tabel dari sampel $n = 60$ responden dengan derajat kebebasan $df = n - 2 = 60 - 2 = 58$, maka diperoleh angka sebesar 0,254.

a. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₁)

Dari perhitungan SPSS 20 pada $n=60$, diperoleh nilai validitas butir pernyataan sebagai berikut :

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₁)

Butir Jawaban	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
1	0,562	0,254	Valid
2	0,469	0,254	Valid
3	0,524	0,254	Valid
4	0,567	0,254	Valid
5	0,630	0,254	Valid
6	0,521	0,254	Valid
7	0,392	0,254	Valid
8	0,602	0,254	Valid
9	0,683	0,254	Valid
10	0,718	0,254	Valid
11	0,625	0,254	Valid
12	0,690	0,254	Valid
13	0,645	0,254	Valid
14	0,700	0,254	Valid
15	0,599	0,254	Valid

Uji validitas variabel X₁ (Kualitas Produk) diatas, nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$, berarti semua pernyataan valid (mampu dan layak dijadikan alat ukur variabel X₁.)

b. Uji Validitas Variabel Pelayanan (X₂)

Dari perhitungan SPSS 20 pada $n = 60$ responden variabel Kualitas Produk, diperoleh nilai validitas masing-masing butir pernyataan adalah dibawah ini :

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X₂)

Butir Jawaban	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
1	0,588	0,254	Valid
2	0,756	0,254	Valid
3	0,717	0,254	Valid
4	0,642	0,254	Valid
5	0,664	0,254	Valid
6	0,766	0,254	Valid
7	0,522	0,254	Valid
8	0,675	0,254	Valid
9	0,549	0,254	Valid
10	0,614	0,254	Valid
11	0,800	0,254	Valid
12	0,715	0,254	Valid
13	0,692	0,2542	Valid
14	0,642	0,254	Valid
15	0,794	0,254	Valid

Dari uji validitas variabel X₂ (Pelayanan), semua pernyataan bernilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ sehingga semua pernyataan dianggap valid.

c. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

dengan SPSS 20, variabel Kepuasan Pelanggan (Y), diperoleh nilai validitas masing-masing butir adalah sebagai berikut :

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Butir Jawaban	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
1	0,654	0,254	Valid
2	0,582	0,254	Valid
3	0,711	0,254	Valid
4	0,664	0,254	Valid
5	0,630	0,254	Valid
6	0,761	0,254	Valid
7	0,673	0,254	Valid
8	0,632	0,254	Valid
9	0,696	0,254	Valid
10	0,715	0,254	Valid
11	0,609	0,254	Valid
12	0,704	0,254	Valid
13	0,657	0,254	Valid
14	0,522	0,254	Valid
15	0,667	0,254	Valid

Dari uji validitas variabel Y (Kepuasan Pelanggan) di atas, terlihat semua butir memiliki nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ sehingga semua pernyataan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas untuk mengukur keterandalan instrumen. Dengan nilai cronbach alpha > 0.60. perhitungannya menggunakan paket program SPSS 20. Diperoleh sebagai berikut:

a. Uji Reliabilitas variabel Kualitas Produk (X₁)

Tabel 7 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk (X₁)
Case Processing Summary

	N	%
valid	60	100
excluded ^a	0	0
total	60	100

a. listwise deletion based on all variabels in the procedure

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of items
.872	15

Hasil uji reliabilitas 15 pertanyaan variabel X₁, diperoleh nilai *Cronbach'sAlpha* 0,872 > 0,60. Maka pernyataan kuesioner reliabel (handal).

b. Uji Realibilitas Variabel Pelayanan (X₂)

Table 8 Hasil Uji Realibilitas Variabel Pelayanan (X₂)
Case Processing Summary

	N	%
valid	60	100
Excluded ^a	0	0
Total	60	100

Dari hasil uji reliabilitas 15 pertanyaan variabel Pelayanan (X₂), diperoleh nilai *Cronbach'sAlpha* 0.912 > 0.60. maka pernyataan kuesioner reliabel (handal).

c. Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 9 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
Case Processing Summary

	N	%
Cases valid	60	100
Excluded ^a	0	0
Total	60	100

a. listwise deletion based on all variabels in the procedure

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	15

Hasil uji reliabilitas 15 pertanyaan variabel Kepuasan Pelanggan (Y), diperoleh nilai *Cronbach'sAlpha* 0.912>0.60. maka pernyataan kuesioner reliabel (handal).

3. Pengujian Statistik dan Hipotesis

1. Uji Koefisien Korelasi Berganda

Untuk mengetahui hubungan Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan digunakan korelasi Product Moment Pearson.

Tabel 10 Uji Korelasi Kualitas Produk (X₁) dan Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
Correlations

		KEPUASAN_P ELANGGAN	KUALITAS_P RODUK	PELAYANAN
KEPUASAN - PELANGGAN	Pearson Correlation	1	.664**	.690**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	60	60	60
KUALITAS - PRODUK	Pearson Correlation	.664**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	60	60	60
PELAYANAN	Pearson Correlation	.690**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	60	60	60

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil sebagai berikut :

- a. Korelasi Variabel Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai $r = 0,664$, artinya 66,4% Kepuasan Pelanggan berhubungan dengan Kualitas Poduk.
- b. Korelasi Variabel Pelayanan dengan Kepuasan pelanggan diperoleh nilai $r = 0,690$, artinya 69% Kepuasan Pelanggan berhubungan dengan Pelayanan.
- c. Korelasi Variabel Kualitas Produk dengan Variabel Pelayanan diperoleh nilai $r = 0,764$, artinya 76,4% kualitas produk berhubungan dengan Pelayanan.
- d. Korelasi variabel Kualitas Produk, Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan diperoleh sebesar 0,722 atau 72,2%, artinya ketiga variabel tersebut memiliki hubungan kuat. Hasil uji Korelasi berganda dapat dilihat pada nilai R dalam tabel Summary.

2. Uji Determinasi

Uji ini untuk mengetahui pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara serentak terhadap variabel (Y).

Tabel 11 Tabel Uji Determinasi Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.521	.504	3,36021

Dari tabel diatas angka R^2 (R Square) = 0,521 (52,1%). artinya, pengaruh variabel bebas (Kualitas Produk dan Pelayanan) terhadap Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) adalah 52,1%, sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak dilakukan dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji Regresi Berganda

Dari hipotesis bahwa semakin tinggi Kualitas Produk dan Pelayanan, akan berpengaruh pada peningkatan Kepuasan Pelanggan. dilakukan dengan analisis regresi berganda dengan rumus $Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$ dimana Y' = Kepuasan Pelanggan, X_1 = Kualitas Produk, X_2 = Pelayanan, a = nilai konstanta dan b_1 dan b_2 = koefisien residual. Yang ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 12 Hasil uji Regresi Berganda Pengaruh Antara Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,131	6,983		1,880	,065
	KUALITAS_PRODUK	,399	,173	,328	2,308	,025
	PELAYANAN	,385	,125	,439	3,088	,003

a. dependent variabel: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel diatas, dapat dibuat persamaan regresinya: $Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 = > Y' = 13,131 + 0,399X_1 + 0,385X_2$, dimana konstanta (a) = 13,131, artinya jika Kualitas Produk (X_1) dan Pelayanan (X_2) = 0, maka Kepuasan Pelanggan (Y') adalah 13,131. Dan Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_1) = 0,399 artinya jika

variabel bebas nilainya tetap dan Kualitas Produk naik 1%, maka Kepuasan Pelanggan (Y') akan mengalami peningkatan = 0,399 (39,9%). Dan Koefisien regresi variabel Pelayanan (X_2) = 0,385 artinya jika variabel bebas lain tetap dan Pelayanan naik 1%, maka Kepuasan Pelanggan (Y') mengalami peningkatan 0,385 (38,5%) .

4. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji Regresi untuk mengetahui Variabel bebas secara serentak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of squares	df	Mean square	F	Sig.
1 Regression	699.812	2	349.906	30.990	.000 ^b
Residual	643.588	57	11.291		
Total	1.343.400	59			

a. dependent variabel: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel diatas F hitung = 30,990 maka diperoleh nilai $t_{table} = 0,254$. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $0,30,990 > 0,2542$, nilai sig. $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima,

berarti secara bersamaan Kualitas Produk dan Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

5. Uji t

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 14 Hasil Uji t Pengaruh Kualitas Produk (X₁) dan Pelayanan (X₂) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,131	6,983		1,880	,065
	KUALITAS_PRODUK	,399	,173	,328	2,308	,025
	PELAYANAN	,385	,125	,439	3,088	,003

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

a. Produk (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), Koefisien regresi pada $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel X₁ = 2,308. dengan jumlah sampel n = 60 diperoleh nilai $t_{tabel} = 0,254$. maka variabel X₁ memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Terlihat pada Coefficients model 1, variabel Kualitas Produk nilai sig. $0,025 < 0,05$, maka H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak. Maka dapat diketahui bahwa variabel X₁ berhubungan searah dengan Y (Kepuasan Pelanggan)

b. Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), koefisien regresi pada $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,088$. Nilai t_{hitung} dengan sampel n = 60 diperoleh $t_{tabel} = 0,254$.

maka variabel X₂ memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. pada kolom Coefficients model 1 variabel Pelayanan terdapat nilai signifikasi $0,003 < 0,05$, maka H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak. Dari hasil tersebut dapat diketahui variabel X₂ berhubungan searah dengan Y (Kepuasan Pelanggan).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kualitas Produk dan pelayanan memiliki hubungan yang kuat dengan Kepuasan Pelanggan.

Dari Hasil uji regresi diatas membuktikan bahwa kepuasan pelanggan lebih besar dipengaruhi

oleh faktor kualitas produk dibandingkan faktor pelayanan.

5.2 Saran

1. Kedai Mie Raja Raos sebaiknya tetap mempertahankan ciri khas produk dan menjaga cita rasa produk, dengan bahan baku berstandar baik karena berpengaruh terhadap selera konsumen, juga menjaga agar pelanggan tetap loyal.

2. sebaiknya Kedai Mie Raja Raos meningkatkan kualitas pelayanannya agar para pelanggan tidak terlalu lama menunggu menu pesannya. Dan sebaiknya memperbesar bangunan dan memperluas area parkirnya karena pengunjung menggunakan kendaraan bermotor. Dan membuat surat izin usaha untuk legalisasi dalam memperbesar usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto. 2002. Hasil Uji Reabilitas. Bandung: Penerbit Alfabeta Penerbit Buku Kedokteran EGC, Jakarta.

Ghozali, I. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Jakarta: Bina Akasara.

Irawan, Handi. 2007. Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Media Elek Komputindo.

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi Kesebelas. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.

_____ dan Kevin Lane Keller. 2006. Manajemen Pemasaran Jilid I. Jakarta : Indeks.

_____ dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Orville C. Walker, Boyd. Harper W. Larreche, Jean Claude. 2005. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orintasi Global. Jakarta: Erlangga.

Ratminto dan Atik Winasih. 2005. Manajemen Pelayanan. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Sugiyono. 2006. Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta.

_____. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta.

Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Cetakan Ketiga. Jakarta : Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. 2004. Strategi Pemasaran Edisi II. Yogyakarta : Andy.

_____. 2005. Pemasaran Jasa. Malang : Bayu Media.

Umar, Husein. 2003. Metode Riset Komunikasi Organisasi. Jakarta : Gramedia.