

Submitted 15 Agustus 2022
Accepted 30 Agustus 2022

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI NAUGHTY NURI'S WARUNG SEMINYAK

THE EFFECT OF SERVICE AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AT NAUGHTY NURI'S WARUNG SEMINYAK

Anak Agung Ngurah Arindra Kusuma

Program Studi Diploma IV Manajemen Perhotelan, Institut Pariwisata dan Bisnis
Internasional

arindra.ak@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen di Naughty Nuri's Warung Seminyak. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juli - Agustus 2021. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa dan produk di Naughty Nuri's Warung Seminyak. Penentuan jumlah sampel mempergunakan teori Hair et al dengan jumlah sampel sebanyak 70 responden. Teknik dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non-probability sampling dengan accidental sampling. Data dikumpulkan menggunakan penyebaran kuisisioner kemudian dilakukan analisis kuantitatif yang meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), serta pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi 0,000. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menandakan bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen di Naughty Nuri's Warung Seminyak, pihak manajemen perlu memperhatikan faktor kualitas pelayanan dan produk dikarenakan faktor - faktor tersebut terbukti mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service and product quality on consumer satisfaction at Naughty Nuri's Warung Seminyak. The time of the study was carried out in July - August 2021. The population in this study were consumers who had used the services and products at Naughty Nuri's Warung Seminyak. Determination of the number of samples using the theory of Hair et al with a total sample of 70 respondents. The sampling technique in this research is non-probability sampling with accidental sampling. Data was collected using questionnaires and then quantitative analysis was carried out which included: validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test (R²), and hypothesis testing using F test and t test. The results of this study indicate that the quality of service and product has a positive and significant effect simultaneously on customer satisfaction, which is indicated by a significance level of 0.000. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance level of 0.001. Product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction with a significance level of 0.000. These results indicate that to increase customer satisfaction at Naughty Nuri's Warung Seminyak, the management needs to pay attention to service and product quality factors because these factors are proven to affect customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Pada tahun 2020, dunia menghadapi suatu pandemi, dimana pandemi ini disebabkan oleh virus Corona atau lebih tepatnya COVID-19. Konfirmasi kasus Covid-19 pertama di Indonesia diumumkan langsung oleh Presiden Joko Widodo didampingi Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto. Pengumuman dilakukan di Istana Kepresidenan, Jakarta, pada 2 Maret 2020 (Akbar, 2020). Hingga saat ini kasus penderita Covid-19 kian bertambah, silih berganti kejadian dan peristiwa telah diberitakan di media masa, internet, maupun sosial media. Dilihat dari data kasus Covid-19 di Provinsi Bali dengan jumlah kasus sebanyak 104.254 orang yang terjangkit virus tersebut (Dinas Kesehatan Pemerintah Provinsi Bali, 2021). Dari data tersebut, dapat dikatakan Bali merupakan salah satu daerah yang terkena dampaknya, dilihat dari angka kasus yang cukup tinggi. Pandemi ini juga sangat berdampak terhadap kegiatan masyarakat dalam berbagai sektor, dan salah satu sektor yang terkena dampak paling besar adalah sektor Pariwisata.

Berdasarkan data kunjungan wisatawan mancanegara pada bulan Agustus 2020, wisatawan yang datang melalui bandara ke Bali menurun. Wisatawan yang datang pada bulan Agustus adalah sebanyak 12 orang,

yang menurun sebesar 99,998% dibandingkan bulan Agustus 2019 yang berjumlah 602.457 orang dikarenakan pandemi Covid-19 (BPS Provinsi Bali, 2020). Dari hal tersebut pemerintah memutuskan untuk menjalankan suatu protokol kesehatan, agar kegiatan yang berhubungan dengan perekonomian masyarakat masih dapat berjalan seperti sedia kala. Protokol kesehatan tersebut disebut dengan new normal atau normal baru pada keseharian masyarakat. menurut Pamungkas (Dalam Habibi, 2020) normal baru adalah cara hidup baru dalam menjalankan aktivitas pada masa pandemi covid-19 yang belum selesai. Salah satu sektor yang wajib menerapkan protokol kesehatan tersebut adalah sektor makanan dan minuman seperti restoran maupun cafe.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali pada tahun 2020, jumlah restoran dan rumah makan di Bali mencapai 3233 Restoran dengan jumlah restoran di Kabupaten Badung adalah 823 restoran. Berdasarkan banyaknya data restoran yang ada di Bali, maka persainganpun makin ketat, mulai dari brand, harga, produk, pelayanan dan fasilitas dari restoran-restoran tersebut. Dengan diterapkannya normal baru, tentunya akan memberikan dampak terhadap restoran di Bali, seperti perubahan kualitas pelayanan, dan kualitas produk yang akan berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen.

Adapun hubungan antara kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan Konsumen, dimana Menurut Budiarto seperti yang dikutip Jiwantara (2016) "pertimbangan masyarakat dalam memilih restoran meliputi lokasi restaurant, makanan, kelengkapan peralatan, dan mutu pelayanan. Selain untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman, faktor gaya hidup juga dapat mempengaruhi masyarakat dalam menikmati hidangan di restoran".

Menurut Asmara (2020) faktor-faktor dalam keputusan memilih restoran berdasarkan persepsi generasi z adalah faktor suasana, kualitas produk dan harga, tempat dan fasilitas restoran, kualitas pelayanan, trustworthiness, branding, serta promosi. Kemudian menurut Hoisington dan Naumann (Reich, McCleary, Tepanon, & Weaver, 2005) menyatakan bahwa "Customers use five major categories to value a company or organization's performance: (tangible) product quality, service quality, quality of relationship between customer and supplier, image, and price perception. For a tangible product, quality might include features, usability, or compatibility. For a service offering, this would include the various dimensions of the service being provide" Artinya menyatakan kualitas pelayanan dan produk merupakan salah satu dari lima kategori utama untuk menentukan nilai performa dari suatu perusahaan maupun organisasi. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan produk merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam menentukan kualitas suatu restoran dilihat dari persamaan pernyataan

beberapa ahli yang menyatakan kualitas pelayanan dan produk sebagai faktor yang mempengaruhi kualitas suatu restoran.

Menurut Prakash dan Mohanty (2012) menyatakan "Service quality can pay rich dividends when done well. Higher levels of service quality produce higher levels of customer satisfaction that lead to increased patronage intensions and increased sales" yang artinya bahwa tingkat kualitas pelayanan yang lebih tinggi menghasilkan tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi yang mengarah pada peningkatan konsumen tetap dan peningkatan penjualan. Menurut Kotler dan Armstrong (Dalam Putro, 2014) menyatakan kualitas produk sebagai "the ability of a product to perform its functions. It includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes". Yang berarti kualitas produk memiliki hubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Sedangkan menurut Zeithaml dkk dalam Fiazisyah dan Purwidiani (2018) Kepuasan konsumen dapat diketahui dengan memperhatikan faktor-faktor pendukung terdapat empat faktor yakni kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan faktor emosional.

Pernyataan-pernyataan tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan faktor penting dalam penentuan kepuasan konsumen, dan pastinya berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung restoran, ditambah dengan penerapan normal baru yang pastinya berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan produk dari suatu restoran. Salah satu restoran yang masih bertahan dimasa penerapan normal baru ini adalah Naughty Nuri's Warung Seminyak yang terletak di Jalan Mertanadi No. 62 Kerobokan Seminyak, Kerobokan Kelod, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali.

Alasan penelitian ini menggunakan Naughty Nuri's Warung Seminyak sebagai lokasi penelitian dikarenakan restoran ini selain menjadi salah satu restoran yang berhasil bertahan dimasa pandemi dengan menerapkan protokol kesehatan. Kepala Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja (Disnaker) Kabupaten Badung, Bali, Ida Bagus Oka Dirga menyatakan, sejak adanya pandemi Covid-19 hingga sekarang sudah ada 532 perusahaan (Hotel, restoran, dan lainnya) yang bergerak di bidang pariwisata tutup (Kadafi, 2020) dan Naughty Nuri's Warung Seminyak adalah salah satu perusahaan yang dapat bertahan

Naughty Nuri's Warung Seminyak merupakan gerai terbaru dari franchise terkenal Naughty Nuri's Warung Ubud yang mengandalkan menu pork ribs dan martini, dimana walaupun pada masa pandemi, restoran ini masih tetap bertahan dan ramai dikunjungi oleh masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan Manager Operasional Naughty

Nuri's Warung Seminyak yaitu Bapak Adek Sudarmono, rata rata kunjungan pada beberapa bulan lalu adalah 500 orang per harinya, namun dikarenakan adanya PPKM Darurat Jawa-Bali yang diadakan pada tanggal 3- 20 Juli 2021 menyebabkan penurunan sebesar 80% atau sekitar 100 orang per harinya. Restoran ini juga menerapkan protokol kesehatan seperti penggunaan masker, pengecekan suhu, penggantian peralatan makan berkala, penggunaan sarung tangan, dan lainnya sesuai dengan peraturan pemerintah (tripadvisor, 2020).

Berdasarkan data Ratings dan reviews pada website tripadvisor.com Naughty Nuri's Seminyak mendapatkan nilai sempurna dengan poin 5/5 dengan total reviews sebanyak 8.051, dan sebagai 3 besar restoran terbaik di Seminyak (tripadvisor.com, 2020). Review pada website tersebut didominasi dengan banyak komentar positif mengenai kualitas produk dan pelayanan, namun masih ada pula beberapa review negatif mengenai kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan. Kebanyakan review negatif tersebut bertuliskan tentang kualitas makanan yang tidak sesuai, dan kualitas pelayanan yang dirasa kurang memuaskan bagi para konsumen yang berkunjung baik sebelum maupun sesudah pandemi seperti yang dapat dilihat pada lampiran 05, dimana salah satu pelanggan mengatakan bahwa kualitas ribs yang disajikan kurang memuaskan mulai dari tekstur daging yang didapatkan tidak sesuai dengan harapan, kemudian ada pula yang menyatakan bahwa pelayanan pada restoran tersebut kurang memuaskan, seperti pelayan yang unfriendly dan tidak sopan.

Dilihat dari situasi tersebut maka penelitian ini dilakukan pada lokasi tersebut dan diharapkan dapat mengumpulkan data yang diperlukan penelitian dengan lebih banyak dan bervariasi terkait pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen pada masa pandemi maka telah dilaksanakan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Naughty Nuri's Warung Seminyak".

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, pada penelitian ini terdapat beberapa pokok permasalahan diantaranya adalah apakah kualitas pelayanan dan produk berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen Naughty Nuri's Warung Seminyak? apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen di Naughty Nuri's Warung Seminyak? apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen Naughty Nuri's Warung Seminyak?

Dari rumusan masalah yang telah di uraikan sebelumnya, adapun tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen

Naughty Nuri's Warung Seminyak, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen Naughty Nuri's Warung Seminyak, dan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan Konsumen Naughty Nuri's Warung Seminyak

Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan adanya kepemilikan apapun. Menurut Tjiptono (2006) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan dalam memenuhi keinginan Konsumen. Menurut Goonrons (Dalam Gunardi, 2019) kualitas pelayanan diartikan sebagai hasil serta proses pengevaluasian dimana konsumen membandingkan ekspektasi mereka atas layanan tertentu yang mereka terima. dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah kegiatan yang diberikan oleh penyedia jasa untuk menjalankan fungsinya dan memenuhi kebutuhan dan memuaskan ekspektasi dari konsumen, dimana masing masing dimensi tersebut memiliki indikator, yaitu:

1) Dimensi tangibles terdiri atas indikator:

- a) Penampilan petugas.
- b) Kenyamanan restoran.
- c) Penggunaan alat bantu dalam pelayanan.

(Dalam penelitian ini akan digunakan indikator tambahan berupa penerapan protokol kesehatan new normal).

2) Dimensi reliability terdiri atas indikator:

- a) Memiliki standar pelayanan yang jelas.
- b) Kemampuan petugas dalam menggunakan alat bantu.

3) Dimensi responsiveness terdiri atas indikator:

- a) Merespon setiap permintaan konsumen.
- b) Pelayanan yang cepat dan tepat.

4) Dimensi assurance terdiri atas indikator:

- a) Keramahan pelayanan.
- b) Jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.

5) Dimensi empathy terdiri atas indikator:

- a) Mendahulukan kepentingan Konsumen.
- b) Tidak diskriminatif (Membeda bedakan).

c) Menghargai setiap Konsumen

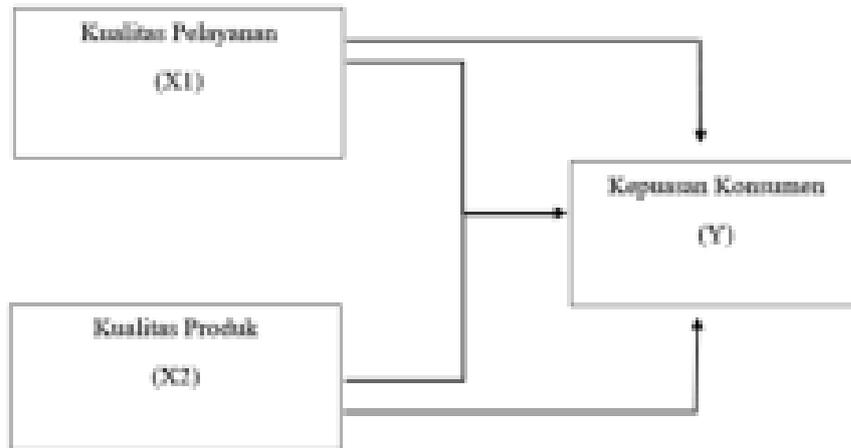
Produk merupakan hasil dari produksi yang ditawarkan pada suatu pasar, yaitu konsumen untuk akhirnya didistribusikan dan dimiliki, dan dimanfaatkan oleh konsumen dalam memenuhi keinginan atau kebutuhannya (Angipora, 2002; Charty dan Perreault, 2003). Menurut Keller dan Heryanto seperti yang dikutip dalam Sebayang dan Gulo (2020) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Diambil kesimpulan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi dan memuaskan ekspektasi dan kebutuhan konsumen, dimana dari beberapa faktor tersebut dijadikan sebagai indikator, yaitu:

- a) Warna dari makanan dan minuman yang disajikan.
- b) Penampilan makanan dan minuman yang disajikan.
- c) Tekstur makanan dan minuman yang disajikan.
- d) Rasa makanan dan minuman yang disajikan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang mengenai hasil yang menyenangkan dan kekecewaan dari pengaruh hasil kinerja pelayanan maupun produk antara persepsi yang didapan dengan harapannya (Kotler, 2002; Tjiptono, 2016; Gunawan dan Azhar, 2020). Sedangkan menurut Gerson (2002) kepuasan Konsumen adalah persepsi Konsumen bahwa harapan Konsumen telah terpenuhi atau terlampaui, jika Konsumen menganggap produk tersebut berfungsi dengan baik. Jika tidak Konsumen akan kecewa. Diambil kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah situasi dimana ekspektasi/harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa terpenuhi maupun sesuai dengan yang konsumen harapkan dimana dalam faktor pendorong kepuasan konsumen tersebut dijadikan sebagai indikator, yaitu:

- a) Indikator kualitas produk.
- b) Indikator Harga.
- c) Indikator kualitas pelayanan.
- d) Indikator faktor emosional.
- e) Indikator Kemudahan.

Kerangka pikir teoritis yang dikembangkan dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Naughty Nuri's Warung Seminyak yang berlokasi di Jalan Mertanadi No. 62 Kerobokan Seminyak, Kerobokan Kelod, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali 80361. Penelitian ini dimulai pada bulan Juni - Agustus tahun 2021.

Pada penelitian ini terdapat dua variable yaitu variabel bebas (independent variable) dan terikat (dependent variable). Variabel bebas yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y).

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang telah dan pernah menggunakan jasa dan produk di Naughty Nuri's Warung Seminyak. Kemudian populasi yang terjangkau adalah 70 orang yang didapat dari hasil penyebaran kuisisioner menggunakan google form.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode non probability sampling dengan accidental sampling. Menurut Hair et al (Dikutip oleh Patimah, 2018) bahwa pedoman untuk menentukan ukuran sampel tergantung dari jumlah indikator dan dapat dikali dengan 5 sampai 10. Jumlah indikator pada penelitian ini adalah 14, yang dikali 5 menjadi 70 responden. Oleh karena itu populasi target dan sampel pada penelitian ini adalah 70 responden.

Dalam penelitian ini data kualitatif yang digunakan adalah sejarah singkat dan guest review dari Naughty Nuri's Warung Seminyak yang didapatkan dari website restoran serta review tripadvisor.com. Data kuantitatif yang digunakan adalah hasil kuesioner tentang kualitas

pelayanan, produk, dan kepuasan konsumen di Naughty Nuri's Warung yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner menggunakan google form yang disebar pada konsumen restoran.

Data primer dalam penelitian ini adalah hasil jawaban responden terhadap kuesioner konsumen Naughty Nuri's Warung Seminyak yaitu sebanyak 70 responden. Pada penelitian ini, data sekunder yang digunakan adalah Guest Review, tingkat kunjungan, dan foto foto kegiatan yang didapat dari Naughty Nuri's Warung Seminyak sebagai data sekunder.

Penelitian ini menggunakan kuisisioner tertutup, dengan respondennya yaitu konsumen dari Naughty Nuri's Warung untuk mengumpulkan data penilaian konsumen terhadap variabel penelitian. Yang kemudian dilakukan pengujian instrumen berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

Penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipatif dimana pengumpulan data dilakukan dengan mengamati dan mencatat fenomena yang terjadi pada objek penelitian. Data dokumentasi yang dipergunakan adalah data yang akan dikumpulkan dari Naughty Nuri's Warung seperti foto foto yang diambil di tempat penelitian, jumlah rata rata pegunjung, serta guest review.

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS version 23 for Windows dengan beberapa teknik analisis data sebagai berikut. Sebelum dilakukannya pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis dari penelitian ini, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik berdasarkan data yang akan dianalisis adalah uji normalitas sebaran data, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama mempengaruhi variabel terikat. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2009). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti variasi variabel dependen yang sangat terbatas dan nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen sudah dapat memberi semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Dapat dikatakan pula koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi yang disumbangkan masing masing variabel.

Kemudian yang terakhir digunakan Uji Hipotesis dengan menggunakan uji F serta uji t, dimana Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut. Jika nilai

signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level $0,05$ ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum responden penelitian yang menggunakan jasa dan produk di Naughty Nuri's Warung Seminyak. Total dari keseluruhan konsumen yang diteliti yaitu sebanyak 70 orang konsumen. Dalam penelitian ini karakteristik responden digambarkan dengan jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan terakhir.

Hasil dan pengujian instrumen dari kuisioner penelitian dilakukan dengan pengujian validitas dan reliabilitas. Dari hasil analisis uji validitas ditunjukkan bahwa setiap butir soal dari variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai Pearson Correlation (r) lebih besar dari pada $0,235$ (r tabel) serta memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ sehingga butir soal atau pertanyaan dalam kuisioner yang digunakan dinyatakan valid. Sedangkan dari hasil analisis uji reliabilitas menunjukkan setiap nilai Cronbranch's Alpha pada setiap variabel penelitian lebih besar dari $0,6$, Hal tersebut berarti bahwa semua instrumen pada variabel penelitian reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik ditemukan analisis yaitu pada hasil uji normalitas ditemukan nilai signifikan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,054$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari $0,05$ maka nilai residual memiliki distribusi normal. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dapat diketahui bahwa nilai VIF lebih kecil daripada 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi

multikolinearitas antar variabel independent. Kemudian hasil uji heterokedastisitas dinyatakan bahwa titik – titik pada gambar menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi ini. Lalu berdasarkan hasil uji linearitas nilai signifikansi linearitas adalah 1,00 dimana angka tersebut diatas diatas 0,05 sehingga dapat dikatakan data penelitian memenuhi kaidah linear.

Hasil uji regresi linear berganda pada tabel berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,417	2,433		1,403	0,165
	Kualitas Produk	1,004	0,097	0,782	10,338	0,001
2	(Constant)	-1,569	2,644		-.593	0,555
	Kualitas Produk	,754	0,114	0,587	6,642	0,001
	Kualitas Pelayanan	,337	0,094	0,317	3,580	0,001

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

- a) Berdasarkan hasil uji tersebut dapat diartikan Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X1) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan konsumen (Y). Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) adalah 0,337 berarti apabila kualitas pelayanan (X1) dinaikkan satu satuan maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,337. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan (X1) dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Y).
- b) Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X2) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kualitas produk (X2) dan kepuasan konsumen (Y). Koefisien regresi variabel kualitas produk (X2) adalah 0,674 berarti apabila kualitas produk (X2) dinaikkan satu satuan maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,674. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan kualitas produk (X2) dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Y).

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan analisis data pada penelitian ini dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t yang memperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 3,580 dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Naughty Nuri's Warung Seminyak. Kemudian berdasarkan hasil sumbangan efektif (SE) dari koefisien determinasi (R^2) kualitas pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh sebesar 21,5% terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini memperkuat temuan dari Sari dan Paludi (2020), Harahap. Dkk. (2020), Maulidah Dkk. (2019), serta Syahri Dkk. (2018) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dari suatu restoran maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang datang ke restoran tersebut.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan pada hasil uji t yang memperoleh nilai t hitung pada variabel kualitas produk sebesar 6,642 dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Naughty Nuri's Warung Seminyak. Kemudian berdasarkan hasil sumbangan efektif (SE) dari koefisien determinasi (R^2) kualitas produk (X_2) secara parsial berpengaruh sebesar 45,9% terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini memperkuat temuan dari Sari dan Paludi (2020), Harahap. Dkk. (2020), Maulidah Dkk. (2019), serta Syahri Dkk. (2018) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk dari suatu restoran maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang datang ke restoran tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dilihat dari hasil uji F dimana nilai F hitung adalah sebesar 69,128 dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kemudian berdasarkan hasil koefisien determinasi kualitas pelayanan dan produk memiliki pengaruh secara simultan sebesar 67,4%

terhadap kepuasan konsumen dan sisanya sebesar 32.6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hal ini terbukti dari teori Zeithaml dkk dalam Fiazisyah dan Purwidiani (2018) Kepuasan konsumen dapat diketahui dengan memperhatikan faktor-faktor pendukung yang salah satunya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Pernyataan ini juga memperkuat temuan dari Sari dan Paludi (2020), Harahap. Dkk. (2020), Maulidah Dkk. (2019), serta Syahri Dkk. (2018) bahwa kualitas pelayanan dan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan produk dari suatu restoran maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang datang ke restoran tersebut.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Berdasarkan hasil analisa uji t, diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan melalui nilai tingkat signifikansi $0,001 < \alpha 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil analisa uji t, diketahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan melalui nilai tingkat signifikansi $0,001 < \alpha 0,05$ sehingga hipotesis diterima.

Berdasarkan hasil analisa uji F, diketahui bahwa kualitas pelayanan dan produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai tingkat signifikansi $0,001 < \alpha 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil analisa koefisien determinasi (R^2) ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 67,4%. Sumbangan efektif variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 21,5% dan variabel kualitas produk (X2) sebesar 45,9% dan dapat disimpulkan bahwa variabel X2 memiliki pengaruh lebih dominan daripada X1.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dimasa pandemi dan setelah diterapkannya protokol kesehatan new normal, kualitas pelayanan dan produk masih berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Naughty Nuri's Warung Seminyak.

Naughty Nuri's Warung Seminyak telah menerapkan kualitas pelayanan dan produk yang sangat baik dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya dan melayani para konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan masih berdirinya restoran ini dan masih banyak dikunjungi oleh para konsumen hingga saat ini terutama dimasa pandemi.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diusulkan beberapa saran kepada pihak restoran sebagai berikut.

Bagi Pihak Restoran

Pihak manajemen Naughty Nuri's Warung Seminyak diharapkan dapat mempertahankan tingkat kualitas pelayanan dan produknya dikarenakan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terbukti bahwa kualitas pelayanan dan produk secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen restoran. Diharapkan pula agar pihak restoran dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta produknya melalui berbagai cara seperti pelatihan staff untuk memahami pentingnya menjaga kualitas pelayanan yang baik dan pengecekan produk berkala sehingga kualitas pelayanan dan produk yang diberikan kepada konsumen terjaga dan terus meningkat. Hal ini terbukti dari teori Zeithaml dkk dalam Fiazisyah dan Purwidiani (2018) Kepuasan konsumen dapat diketahui dengan memperhatikan faktor-faktor pendukung yang salah satunya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berikutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menambahkan variabel bebas lainnya yang berhubungan dengan kepuasan konsumen di Naughty Nuri's Warung Seminyak seperti pada teori-teori yang telah dipaparkan sebelumnya pada latar belakang seperti harga, image, usability, compatibility, dan lainnya. Diharapkan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik sekaligus memperbanyak dan memperluas data hasil penelitian kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M. P., 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Gerson, Richard F. 2002. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Penerbit. Jakarta: PPM.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Kotler P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo.

- Tjiptono, Fandy. 2016. Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Asmara, A.Y., 2020. Analisis Faktor Pertimbangan Generasi Z Dalam Memilih Restoran di Kota Bandung (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Fiazisyah, A. Purwidiani, N., 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Tata Boga*, 7(2).
- Fiazisyah, A. Purwidiani, N., 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Tata Boga*, 7(2).
- Gunardi, C.G. and Erdiansyah, R., 2019. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), pp.456-463.
- Gunawan, R. and Azhar, D., 2020. Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kopilao Puncak Bogor. *Jurnal Visionida*, 6(1), pp.60-72.
- Habibi, Andrian. 2020. Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan, Vol. 4, No. 1. <http://journal.uinjkt.ac.id>. Diakses 21/05/2021
- Harahap, Z., Leonandri, D. and Julvitra, E., 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di 71st Omakase Restoran, Cikajang Jakarta. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 8(2), pp.120-131.
- Jiwantara, I Gusti Krisna. 2016. Pengaruh Pelayanan Buffet Breakfast Terhadap Kepuasan Tamu Pada Restaurant Di Harris Hotel & Conventions Denpasar. Denpasar: Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26-29.
- Patimah, S. 2018. Analisis Pengaruh Global Branding Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Product Quality (Studi Pada Produk Pakaian Pria the Executive) (Doctoral dissertation, STIE Indonesia Banking School).

- Prakash, A., & Mohanty, R. P. 2012. Understanding service quality. *Production Planning & Control*, 24(12), 1050-1065. doi:10.1080/09537287.2011.643929
- Putro, S.W., 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), pp.1-9.
- Reich, A. Z., McCleary, K. W., Tepanon, Y., & Weaver, P. A. (2005). The Impact of Product and Service Quality on Brand Loyalty. *Journal of Foodservice Business Research*, 8(3), 35-53. doi:10.1300/j369v08n03_04
- Sari, D.K. dan Paludi, S., 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Uccello. *STEIN eRepository*, 15(1).
- Sebayang, Y.B. and Gulo, S., 2020. Pengaruh Kualitas Produk Restoran Gayam Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Swiss Garden Beach Resort Damai Laut. *Jumant*, 12(2), pp.140-150. Syahri, D., Pratama, M. I., & Gustiara, Y. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Karibia Seafood Medan. *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1).
- Akbar, Jihad. 2020. Perjalanan Pandemi Covid-19 di Indonesia, Lebih dari 100.000 Kasus dalam 5 Bulan. <https://www.kompas.com>. Diakses 21/05/2021
- BPS Provinsi Bali. 2020. Banyaknya Restoran dan Rumah Makan Dirinci Menurut Kabupaten/Kota di Bali, 2019- 2020. <https://bali.bps.go.id/>. Diakses 25/08/2021
- BPS Provinsi Bali. 2020. Berita Resmi Statistik Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali No. 60/10/51/Th. XIV. <https://bali.bps.go.id>. Diakses 25/08/2021
- Dinas Kesehatan Pemerintah Provinsi Bali. 2021. Data Kasus Covid-19 Provinsi Bali. <https://infocorona.baliprov.go.id>. Diakses 25/08/2021
- Kadafi, Moh. 2020. Imbas Pandemi Covid-19, 532 Perusahaan di Badung Bali Tutup. <https://www.merdeka.com>. Diakses 01/08/2021
- Tripadvisor.com. 2020. https://www.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g469404-d10747526-ReviewsNaughty_Nuri_s_SeminyakSeminyak_Kuta_District_Bali.html. Diakses pada 01/08/2021.