

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KFC CABANG PETTARANI KOTA MAKASSAR**

Vira Auliah<sup>1</sup>, Muhammad Ichwan Musa<sup>2</sup>, Uhud Darmawan Natsir<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Negeri Makassar

vira.auliah@gmail.com<sup>1</sup>, m.ichwan.musa@unm.ac.id<sup>2</sup>, uhud.darmawan@unm.ac.id<sup>3</sup>

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada KFC cabang pettarani kota Makassar. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan KFC Pettarani Kota Makassar yang berjumlah 43.000 orang pelanggan setiap bulannya, sedangkan sampel yang digunakan berdasarkan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% yaitu sebanyak 100 orang responden. Teknik penarikan sampling yaitu non probability sampling dengan teknik yang diambil yaitu teknik accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS 25.00 for windows. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana, diperoleh hasil bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pengaruh yang diberikan bersifat positif dan signifikan. Arah positif yang diberikan variabel kualitas produk (independen) dapat dilihat dari persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 1,663 + 0,310X$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

*Abstract: This study aims to determine the effect of product quality on customer satisfaction at the KFC pettarani branch in Makassar. The independent variable in this study is product quality, while the dependent variable is customer satisfaction. The population in this study is the customer of KFC Pettarani Makassar City, amounting to 43,000 customers each month, while the sample used is based on the Slovin formula with an error rate of 10%, namely 100 respondents. Withdrawal sampling technique is non-probability sampling with the technique taken is accidental sampling technique. Data was collected using a questionnaire. The data analysis technique used is simple linear regression analysis using SPSS 25.00 for windows. Based on simple linear regression analysis, the results obtained that product quality affects customer satisfaction. The influence given is positive and significant. The positive direction given by the product quality variable (independent) can be seen from the regression equation as follows:  $Y = 1.663 + 0.310X$ . This shows that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** Product Quality and Customer Satisfaction

### **I. PENDAHULUAN**

Restoran cepat saji seperti KFC sangat mudah dijumpai di berbagai daerah di Indonesia. Penyebarannya yang luas dan lokasinya yang sangat strategis memudahkan orang datang untuk menikmati lezatnya makanan yang disajikan. Restoran cepat saji (fast food restaurant) adalah rumah makan yang menghadirkan makanan dan minuman dalam waktu relatif singkat dari pesanan sampai penyajian kepada pelanggan.

KFC juga menyediakan jasa pesan antar (delivery order) bagi pelanggan yang sedang ingin keluar rumah dengan menelpon ke nomor (061)-14022. Untuk daerah Makassar yaitu jalan Pettarani, KFC menyediakan jasa drive thru (drive through) yaitu jasa pemesanan makanan melalui sebuah mesin penerima pesanan. Setelah memesan

makan pelanggan dapat melanjutkan ke tempat pengambilan pesanan mereka tanpa harus turun dari kendaraan mereka. Di Makassar, terdapat 16 cabang KFC.

Selain pada kualitas makanan dan kepuasan pelanggan, pihak KFC juga mengutamakan ke higienisan makanan, kebersihan tempat dan harga yang bisa dijangkau pelanggan untuk membeli produk. Kepuasan masyarakat akan ditentukan dari kualitas produk yang dinikmati. Akan tetapi, seiring berkembangnya zaman banyak perusahaan yang menyajikan produk yang hampir serupa dan yang membedakannya hanya pada bumbu yang digunakan.

Kondisi pemasaran produk yang sangat dinamis, membuat para pelaku pasar dan produsen berlomba untuk memenangkan kompetisi yang sangat ketat. Produk-produk yang ditawarkan begitu beragam dengan kualitas yang juga sangat bervariasi. Peningkatan kualitas produk maupun jasa menjadi masalah yang penting untuk dibicarakan karena dengan kualitas yang baik, suatu produk akan bisa bertahan dalam menghadapi persaingan dan akan diterima oleh konsumen sebagai produk yang diharapkan. Salah satu cara memenangkan persaingan adalah dengan berusaha mempertahankan pelanggan yang ada, karena mencari pelanggan yang baru membutuhkan biaya yang lebih besar dari pada mempertahankan pelanggan yang ada. (Kotler, 1997:256).

Kualitas produk merupakan hal yang penting harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut tjiptono (2002:22) produk dapat pula diartikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya.

Dengan menjaga kepuasan konsumen akan meningkatkan kelangsungan hubungan dengan konsumen lama dan terus membina konsumen baru. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen.

Tabel 1. Penjualan Kentucky Fried Chicken Cabang Pettarani Periode tahun 2019

<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2019</b>
Januari	1.112.302.225
Februari	1.127.864.096
Maret	1.230.404.431
April	1.148.755.897
Mei	1.176.295.972
Juni	1.220.821.692
Juli	1.251.965.462
Agustus	1.339.250.255
September	1.298.625.344
Oktober	1.256.865.935
November	1.193.980.452
Desember	1.379.355.254
<b>Total</b>	<b>14.736.487.015</b>

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa data penjualan bulanan KFC Cabang Pettarani pada tahun 2019 berfluktuasi. terlihat pada bulan April, September, Oktober dan November mengalami penurunan dari bulan sebelumnya. Penjualan KFC Cabang Pettarani yang fluktuatif selama tahun 2019 kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor. Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan KFC menjelaskan hal yang menyebabkan terjadi fluktuatif adalah karena faktor kesesuaian dengan spesifikasi dimana terkadang menu yang dipesan oleh konsumen tidak sesuai dengan request konsumen.

Di sisi lain faktor yang menyebabkan fluktuatif karena faktor promosi, apabila KFC meluncurkan promo maka pengunjung yang datang juga akan banyak, begitupun sebaliknya. Sehingga berdampak pada penjualan yang tidak maksimal. Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam kepuasan konsumen. Dalam hal ini, kualitas makanan dan minuman KFC berdampak pada kepuasan konsumen apakah produk tersebut memenuhi harapan konsumen atau tidak. Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap manfaat yang dirasakan setelah menggunakan atau mengonsumsi suatu produk.

Menurut Handi Irawan (2002:45) kualitas produk adalah driver kepuasan konsumen yang multidimensi. Bagi konsumen, kualitas mempunyai beberapa dimensi. Paling tidak, terdapat beberapa dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan yang ingin mengejar kepuasan konsumen terhadap kualitas konsumen.

Kepuasan pelanggan menurut Anderson (dalam Tjiptono, 2007:348) adalah ketiadaan perbedaan antara harapan pelanggan dengan unjuk kerja perusahaan yang diterimanya selama menjadi pelanggan.

## II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian dilaksanakan yakni di KFC Cabang Pettarani Kota Makassar. Dilaksanakan sejak bulan Agustus - September 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 43.000 orang pengunjung setiap bulannya. Kemudian sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

Untuk menentukan jumlah sampel dilakukan teknik sampling. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik yang diambil yaitu teknik *accidental sampling*. *Accidental Sampling* merupakan pemilihan sampel dari siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai oleh peneliti. Orang yang dipilih sebagai anggota dari sampel adalah siapa saja yang kebetulan ditemukan atau yang mudah ditemui atau dijangkau tanpa ada pertimbangan apapun. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang berkunjung pada KFC Pettarani Kota Makassar.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan membagikan kuesioner pada para pengunjung restoran serta melakukan studi lapangan yaitu dengan observasi dan wawancara.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, yaitu memberikan seperangkat pertanyaan tertulis yang disertai dengan pilihan jawaban. Kuesioner berisikan pertanyaan terstruktur yang sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti meliputi kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen. Adapun yang menjadi skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai berbagai pernyataan mencakup perilaku, objek, orang atau kejadian yang memungkinkan responden untuk menilai item pada skala lima hingga tujuh poin (kuncoro, 2013).

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Penelitian

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

ITEM	r HITUNG	ITEM	r HITUNG	r TABEL	KET
X1.1	,448**	Y1	,726**	0,1966	VALID
X1.2	,720**	Y2	,769**	0,1966	VALID
X1.3	,678**	Y3	,698**	0,1966	VALID
X1.4	,403**	Y4	,666**	0,1966	VALID
X1.5	,678**	Y5	,571**	0,1966	VALID
X1.6	,707**	Y6	,435**	0,1966	VALID
X1.7	,762**			0,1966	VALID
X1.8	,470**			0,1966	VALID
X1.9	,709**			0,1966	VALID
X1.10	,594**			0,1966	VALID
X1.11	,511**			0,1966	VALID
X1.12	,627**			0,1966	VALID
X1.13	,699**			0,1966	VALID
X1.14	,614**			0,1966	VALID
X1.15	,606**			0,1966	VALID
X1.16	,669**			0,1966	VALID
X1.17	,621**			0,1966	VALID
X1.18	,404**			0,1966	VALID

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC Pettarani Kota Makassar, dimana responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung langsung pada KFC pettarani dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, dengan karakteristik berdasarkan jenis kelamin, usia, status pekerjaan responden dan pengeluaran perbulan.

Menurut Fandy Tjiptono (1995)” bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah keseluruhan barangdan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan.

Berdasarkan analisis data pada penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini

ditunjukkan dari hasil uji-t yakni diperoleh nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dari 0,005, maka H1 diterima. Ini kemudian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti Lukman (2020) yang menyimpulkan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan secara positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bumi Tirta Pangan Kencana. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa variabel kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya kualitas produk yang baik yang diberikan kepada pelanggan maka akan memberikan kepuasan kepada pelanggan tersebut, setelah pelanggan puas dengan apa yang mereka terima, mereka akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli produk itu kembali serta merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk KFC Pettarani.

## **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian ini, kualitas produk sudah Baik. Hal itu dapat dibuktikan dari 18 pertanyaan yang dimuat dalam kuesioner penelitian hampir seluruh responden memilih setuju dengan range skor sangat baik. Dimana pernyataan “Daging ayam KFC dapat dihangatkan kembali” dengan jumlah skor tertinggi yang artinya Hal ini menandakan KFC pettarani sangat memperhatikan kualitas produk dalam hal daya tahan produk yang dijualnya, yang dimana biasanya ada pelanggan memesan makanan untuk dibawa pulang, dan ketika sampai dirumah sudah dingin, jadi banyak responden yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, karena dengan daging ayam (makanan) yang dipanaskan akan menambah gairah makan pelanggan kembali. Selain itu skor tertinggi kedua yaitu pada indikator estetika dengan pernyataan “bentuk ayam KFC menggugah selera” dengan skor 413, dimana responden mendominasi dengan jawaban “Setuju”. Hal ini menandakan bahwa perusahaan sukses menciptakan sebuah produk yang berkualitas dalam bentuk hal estetika untuk memuaskan pelanggan dan menarik minat pelanggan dalam membeli produk di KFC Pettarani. Sedangkan pada pernyataan “Produk yang dipesan konsumen sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen” memiliki skor terendah, yang artinya KFC Pettarani belum bisa menyesuaikan produk (menu hidangan) yang diharapkan pelanggan yang penyebabnya bisa beragam entah karena sudah kehabisan stok produksi atau memang tidak tersedia, meski demikian skor pernyataan ini masih berada pada range skor baik.

Adapun hasil penelitian terhadap variabel kepuasan pelanggan sudah berada pada tingkat baik. Hal itu dapat dibuktikan dari 6 pertanyaan yang dimuat dalam kuesioner penelitian, hampir seluruh responden memilih Setuju dengan range skor Baik. Dimana pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen indikator yang memberikan skor tertinggi adalah indikator Ketersediaan Merekomendasikan dengan pernyataan “Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli dan mengonsumsi produk KFC karena dampak dari cita rasa dan kehegienesan yang memuaskan” dengan jumlah skor 428. Skor tertinggi kedua yaitu pada indikator Kesesuaian Harapan dengan pernyataan “Produk KFC yang dibuat sesuai dengan harapan” dengan skor 406. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan bisa dikatakan sudah puas dengan kualitas produk yang mereka konsumsi dan memiliki ketersediaan dalam merekomendasikan KFC pettarani kepada orang lain.

Mereka beranggapan seperti itu karena dampak dari cita rasa dan kehegienesan menu-menu yang ditawarkan sangat memuaskan pelanggan. Jadi dapat disimpulkan

bahwa kualitas produk yang di sediakan KFC Pettarani mampu memuaskan harapan dan kepuasan pelanggannya. Sedangkan pada pernyataan “ Saya tertarik melakukan pembelian ulang karena cita rasa yang diberikan oleh KFC sangat memuaskan” menduduki skor terendah yang artinya pelanggan belum benar-benar puas akan cita rasa yang di berikan oleh KFC Pettarani sehingga kurang menimbulkan minat berkunjung kembali kepada pelanggan. Meski demikian skor untuk pernyataan ini masih berada pada range skor baik.

#### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada KFC Cabang Pettarani Kota Makassar.
2. Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa variasi variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk.

##### **Saran**

1. Disarankan Perusahaan KFC cabang Pettarani untuk bisa lebih meningkatkan kembali kualitas produknya agar tidak mengecewakan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan senang ketika menikmati menu atau hidangan yang disajikan tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar kiranya bisa lebih luas dalam membahas permasalahan mengenai kepuasan pelanggan dengan menambahkan variabel- variabel independen yang sesuai sehingga bisa memperkuat lagi pembahasan yang ada dengan berbagai aspek-aspek didalamnya.

#### **V. DAFTAR PUSTAKA**

Handi, Irawan. 2002. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Elex Media

Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta : Prentice Hall.

Kuncoro, M. 2013. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 4. Jakarta : ERLANGGA.

Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Penerbit Andi - Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2002, Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Penerbit Andioffset, Jakarta.

Tjiptono, F. 2019. Pemasaran Jasa Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Suyoto, S., & Sodik, M.A. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.