
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN SFA STEAK & RESTO KARANGANYAR

Yunia Qomai Asharoh¹⁾, Sudarwati²⁾, Raisa Aribatul Hamidah³⁾, Hasman Budiadi⁴⁾
Universitas Islam Batik^{1,2,3)}, STMIK Sinar Nusantara Surakarta⁴⁾
yuniaqomai@gmail.com¹

Abstrak :

Perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini sangat berperan dengan menggeliatnya. Para pebisnis pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah berdampak pada peningkatan produk, pelayanan, kepercayaan terhadap konsumen khususnya produk yang disukai oleh pelanggan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, Teknik random sampling yaitu pengambilan sampel secara acak kepada pelanggan. populasi adalah pelanggan SFA Steak & Resto Karanganyar tahun 2020 - 2022, sedangkan sampel yaitu 100 orang konsumen alat analisis menggunakan spss 21 kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: produk, pelayanan, kepercayaan

Abstract :

The current economic development in Indonesia is very instrumental in stretching it. Business people in the micro, small and medium business sector have an impact on increasing products, services, trust in consumers, especially products that are liked by customers. This research is a quantitative research, using a random sampling technique, namely random sampling of customers. the population is SFA Steak & Resto Karanganyar customers in 2020 - 2022, while the sample is 100 consumers using SPSS 21 analysis tool product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction service has a positive effect on customer satisfaction, trust has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: product, service, trust

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam *generation* kompetisi bisnis yang ketat saat ini, kepuasan konsumen merupakan hal yang utama. Konsumen ibaratkan sebagai raja yang harus dilayani meskipun hal ini bukan berarti menyerahkan segalanya kepada konsumen. Para

pebisnis pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah berdampak pada peningkatan produk, pelayanan, kepercayaan terhadap konsumen khususnya produk yang disukai oleh pelanggan. Dari segi rasa dan harga sangat terjangkau dari kalangan menengah kebawah. Pesatnya pertumbuhan ekonomi di restoran cepat saji ini memunculkan banyak merek yang bermunculan seperti contohnya Rocket Chicken, Star Steak, Solo Steak dan lain sebagainya.

Persaingan yang begitu ketat menjadikan setiap merk restoran cepat saji terus menerus mengembangkan produknya agar dapat memenangkan persaingan dan menentukan pesaingnya yang akan datang. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan merebut hati konsumen dan berupaya memuaskan suatu produk makanan yang dijual. Dalam memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah karena konsumen memiliki sifat yang berbeda, perbedaan ini dipengaruhi oleh faktor individu itu sendiri dan juga faktor lingkungan yang mempengaruhinya. Perbedaan inilah yang mempengaruhi minat dan perilaku konsumen didalam mengambil keputusan terhadap produk makanan yang diinginkan.

Konsumen yang puas akan memiliki kepercayaan yang tinggi pada produk dan tidak akan berpindah ketempat lain, bahkan ikut mempromosikan tempat tersebut kepada saudara atau teman, calon konsumen lain untuk membeli produk tersebut. Kepercayaan adalah ekspektasi yang dipegang oleh individu bahwa ucapan seseorang dapat diandalkan.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

STUDI LITERATUR

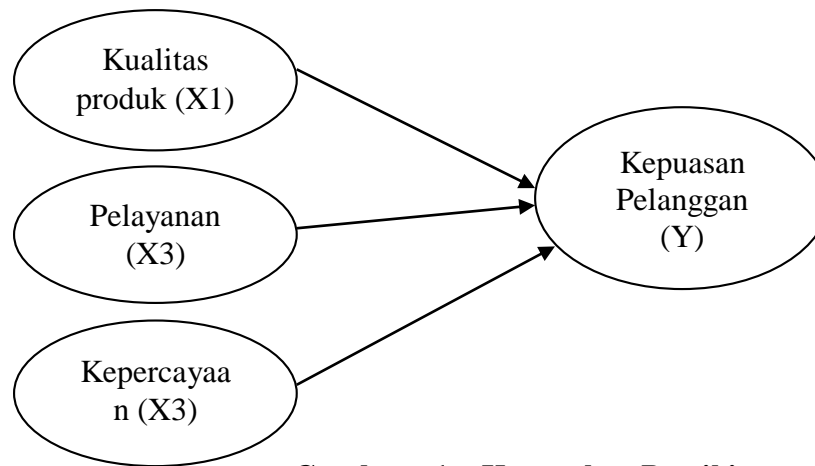
Penelitian Terdahulu

Mahira (2021) Meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan indihome. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sampel yang digunakan 50 responden. Hasil pengujian menunjukkan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Nunung kurniasih (2021) Meneliti tentang Kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan restoran Saung Manglid. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan restoran Saung Manglid. Sampel yang digunakan 96 responden. Hasil pengujian menunjukkan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran Saung Manglid.

Sopia Eldawati (2022) Meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap kepuasan konsumen Furniture Studi kasus Pada Cv. Alzaid furniture Kabupaten Pesisir Selatan. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap kepuasan konsumen Furniture Studi kasus Pada Cv. Alzaid furniture Kabupaten Pesisir Selatan. Hasil pengujian menunjukkan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cv. Alzaid furniture Kabupaten Pesisir Selatan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Konsep yang diolah 2022

Hipotesis Penelitian :

- H1: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan SFA Steak & Resto Karanganyar.
- H2: Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan SFA Steak & Resto Karanganyar.
- H3: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di rumah Makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif diartikan penelitian yang berlandaskan filsafat positifisme. Teknik pengambilan sampel pada umumnya menggunakan teknik random sampling.

Tempat Penelitian

Lokasi yang ditentukan oleh penulis yaitu di Rumah Makan SFA Steak & Resto Karanganyar. Waktu yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu dari bulan November 2022 Sampai Januari 2023.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan SFA Steak & Resto Karanganyar tahun 2020 – 2022. Sampel adalah bagian dari jumlah populasi. Penelitian ini menggunakan teknik random sampling dalam pengambilan sampelnya. Teknik random sampling yaitu pengambilan sampel secara acak kepada pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang langsung datang ke Rumah Makan SFA Steak & Resto Karanganyar. Berdasarkan pendapat tersebut sampel dari populasi adalah pelanggan SFA Steak & Resto Karanganyar tahun 2020 - 2022, sedangkan sampel yaitu 100 orang konsumen

Teknik Pengumpulan Data

1. Angket/ kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan penilaian konsumen terhadap kinerja atribut dimensi kualitas produk, pelayanan dan kepercayaan kepada pelanggan SFA Steak & Resto Karanganyar. Pertanyaan dalam angket dibuat menggunakan skala likert yang mempunyai lima tingkat preferensi, yang mana masing-masing memiliki skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :
Sangat Setuju (SS) : 5
Setuju (S) : 4
Netral (N) : 3
Tidak Setuju (TS) : 2
Sangat Tidak Setuju (STS) : 1
2. Observasi, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara melihat langsung kegiatan peusahaan.
3. Wawancara adalah pengumpulan data dengan cara mencari informasi kepada ahlinya.

4. Dokumentasi, yaitu mengambil data sebelumnya atau penelitian yang lalu.
5. Studi pustaka (*Library Research*), Yaitu mencari data dari buku yang terdahulu
6. yang relevan.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas analisis regresi linier berganda, uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji f, koefisien Determinasi (R^2).

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas

Uji validitas menggunakan analisis korelasi pearson, untuk mengetahui keputusan valid tidaknya butir instrumen. Jika tingkat signifikan 5% dari nilai r hitung $>$ r tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

Tabel 1. Uji Validitas

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,594	0,423	Valid
X1.2	0,766	0,423	Valid
X1.3	0,745	0,423	Valid
X1.4	0,637	0,423	Valid
X1.5	0,715	0,423	Valid
X2.1	0,720	0,423	Valid
X2.2	0,805	0,423	Valid
X2.3	0,677	0,423	Valid
X2.4	0,731	0,423	Valid
X2.5	0,504	0,423	Valid
X3.1	0,760	0,423	Valid
X3.2	0,466	0,423	Valid
X3.3	0,713	0,423	Valid

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.4	0,752	0,423	Valid
X3.5	0,735	0,423	Valid
Y.1	0,724	0,423	Valid
Y.2	0,774	0,423	Valid
Y.3	0,721	0,423	Valid
Y.4	0,759	0,423	Valid
Y.5	0,789	0,423	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan data dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam instrument dinyatakan valid karena r_{hitung} pada setiap pertanyaan lebih dari r_{tabel} ($r_{hitung} > 0,423$). Dengan demikian butir-butir pertanyaan dalam variabel independen yaitu kualitas produk, pelayanan dan kepercayaan serta variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dipergunakan sebagai implement pengumpulan data.

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *oneshot* atau pengukuran sekali saja. Jika nilai Cronbach Alpha (α) $> 0,6$ maka suatu variabel dikatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Kritis	Keterangan
Kualitas Produk	0,726	Alpha Cronbach	Reliabel
Pelayanan	0,731		Reliabel
Kepercayaan	0,725		Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,804		Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan data dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan variabel independen yaitu kualitas produk, pelayanan dan kepercayaan serta variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dalam kuesioner adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dari

nilai koefisien reliabelitasnya lebih besar dari nilai kritis alpa cronbach sebesar 0,600.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.57547527
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.038
	Absolute Negative	-.033
	Z	.381
Asymp. Sig. (2-tailed)		.999

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* dilihat dari tabel 3. diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk model regresi sebesar 0,999 atau lebih besar dari 0,05. Menunjukkan bahwa persamaan regresi untuk model dalam penelitian ini memiliki sebaran data yang normal.

2. Uji Multikolinearitas

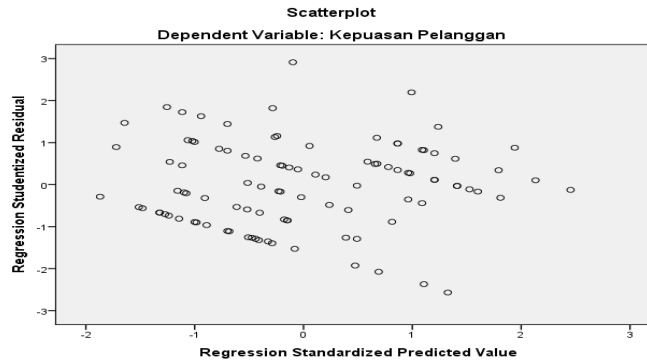
Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,748	1,338	Tidak Multikolinearitas
Pelayanan	0,758	1,323	Tidak Multikolinearitas
Kepercayaan	0,657	1,152	Tidak Multikolinearitas

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Hasil menunjukkan nilai tolerance lebih dari 0,1 sedangkan nilai $VIF \leq 10$. Jadi disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel bebas dalam mode regresi.

3. . Uji Heteroskedastisitas



y y Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 2. dapat dijelaskan bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan nilai signifikansi >0,5.

Uji Hipotesa

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t	Sig
Kualitas Produk	0,228	2,639	0,010
Pelayanan	0,019	0,223	0,824
Kepercayaan	0, 353	3,780	0,000
R ²	0,572		

Sumber : Data Primer diolah, tahun 2022

Berdasarkan tabel 5., Maka persamaan regresi yang terbentuk :

$$Y = 8,245 + 0,228X_1 + 0,019X_2 + 0,353X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa :

Nilai konstan (Y) sebesar 8,245 berarti apabila variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), Pelayanan (X2), kepercayaan (X3) nilainya adalah 0 maka kepuasan pelanggan (Y) sebesar 8,245. Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) dari perhitungan

regresi linier berganda = 0,228. setiap ada peningkatan kualitas produk, dengan asumsi variabel lain tetap maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,228. Koefisien regresi variabel pelayanan (X2) dari perhitungan regresi linier berganda = 0,019. setiap ada peningkatan 1 angka pelayanan, dengan asumsi variabel lain tetap maka pelayanan meningkat sebesar 0,019. Koefisien regresi variabel kepercayaan (X3) dari perhitungan regresi berganda = 0,353. setiap ada peningkatan 1 angka kepuasan pelanggan, dengan asumsi variabel lain tetap maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,353.

Uji F

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	119.270	3	39.757	15.532	.000 ^b
Residual	245.730	96	2.560		
Total	365.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber : Data Primer diolah, tahun 2022

Tabel 6. di atas menunjukkan nilai F sebesar 15,532 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan F hitung lebih besar dari F tabel ($15,532 > 3,00$)

Hasil Uji t

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.245	1.937		4.256	.000
1 Kualitas Produk	.228	.086	.256	2.639	.010
Pelayanan	.019	.084	.022	.223	.824
Kepercayaan	.353	.094	.390	3.780	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer diolah, tahun 2022

Dari hasil uji t pada tabel berikut dapat dilihat Kualitas Produk memiliki tingkat signifikansi $p\text{-value} = 0,10 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Pelayanan memiliki tingkat signifikansi $p\text{-value} = 0,824 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak atau Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kepercayaan memiliki tingkat signifikansi $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

Hasil analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.572 ^a	.327	.306	1.59990

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber : Data Primer diolah, tahun 2023

Hasil perhitungan tabel 8. koefisien determinasi pada analisis regresi linear bergada diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,306. menunjukkan bahwa variabel kualitas

produk, pelayanan dan kepercayaan mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen yaitu tingkat aktual sebesar 30,6% sedangkan sisanya yaitu 69,4% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain diluar model. Contohnya variabel harga Sumber (Juni Trisnowati 2021).

PEMBAHASAN

Hasil penelitian Koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui adjusted $R_{squares}$ adalah 30,6 %. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan dijelaskan oleh Kualitas Produk, Pelayanan dan Kepercayaan sebesar 30,6 %. Selebihnya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian misalnya: harga, kualitas pelayanan dan fasilitas.

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

Berdasarkan hasil penghitungan uji t diperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar. Berdasarkan hasil t_{hitung} yaitu sebesar 2,639 dan signifikansinya lebih dari 5% yaitu 0,010. Nilai koefisien regresi kualitas produk 0,228 bernilai positif yang berarti bahwa setiap ada peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,228.

Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Abin Saripudin Wawan (2021), jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka artinya variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

2. Pengaruh pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan SFA Steak Karanganyar.

Berdasarkan hasil penghitungan uji t diperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar. Berdasarkan hasil t_{hitung} yaitu sebesar 0,223 dan signifikansinya lebih dari 5% yaitu 0,824. Nilai koefisien regresi kualitas produk 0,019 bernilai positif berarti bahwa setiap ada

peningkatan sebesar 1 satuan pelayanan, dengan asumsi variabel lain tetap maka pelayanan meningkat sebesar 0,019.

Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sopiha Eldawati (2021), jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka artinya variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

3. Pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan SFA Steak & Resto Karanganyar.

Berdasarkan hasil penghitungan uji t diperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan SFA Steak & Resto Karanganyar. Berdasarkan hasil t_{hitung} yaitu sebesar 3,780 dan signifikansinya lebih dari 5% yaitu 0,00. Nilai koefisien regresi kualitas produk 0,353 bernilai positif berarti bahwa setiap ada peningkatan sebesar 1 satuan pelayanan, dengan asumsi variabel lain tetap maka pelayanan meningkat sebesar 0,019.

Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nunung Kurniasih (2021), jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka artinya variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penghitungan spss 21, maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat dibuktikan kebenarannya.
2. Pelayanan berpengaruh positif dan terhadap kepuasan pelanggan dapat dibuktikan kenyataannya.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat dibuktikan kebenarannya.

Saran

Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan lagi kualitas produk, maupun pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. karena ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. segenap karyawan SFA Steak & Resto Karanganyar meningkatkan pelayanan kepada pelanggan yakni dengan memberikan pelayanan dengan tanggap, serta penanganan keluhan yang memuaskan sejak proses penjualan hingga selesai penjualan. bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya perlu untuk dilakukan pengkajian untuk mengembangkan atau menambah variabel, sehingga diperoleh variabel lain yang berguna bagi pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akri, P., Edyson, & Suyono. (2021). *LUCRUM : Jurnal Bisnis Terapan LUCRUM : Jurnal Bisnis Terapan*. 1(1), 62–73.
- Gogoi, B. J. (2021). Influence of Service Quality and Trust in spreading positive WOM and increasing Loyalty of a Tourist Location. *Academy of Marketing Studies Journal*, 25(2), 1–14. <https://search.proquest.com/openview/3874aad4d31ccc5431f122d79c9a04b1/1?pq-origsite=gscholar&cbl=38744>
- Hasanuddin, M. R., Rachma, N., & Wahono, B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pelanggan Kedai Kopi Mr Beard Coffee Jln., Saxophone No. 47 Tunggul Wulung Lowokwaru Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(11), 39–53.
- Saripudin, A., Oktriawan, W., & Kurniasih, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(01), 48–57. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.03>