

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan bisnis di Indonesia khususnya di bidang kuliner semakin menarik perhatian karena dinamikanya yang menarik. Dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat dan perubahan gaya hidup masyarakat, industri makanan dan minuman pun mengalami perubahan besar. Fenomena ini menciptakan lingkungan bisnis bagi pengusaha kuliner yang penuh tantangan, namun juga peluang. Oleh karena itu tidak mengherankan jika industri kuliner menjadi salah satu bidang yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Persaingan di pasar makanan dan minuman yang semakin ketat menyebabkan perlunya inovasi dan diferensiasi di antara para pelaku industri ini. Setiap restoran dan rumah makan berusaha untuk menarik perhatian pelanggan dan mempertahankan basis pelanggannya. Kualitas produk dan layanan merupakan faktor penting yang membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Kualitas produk unggulan dan layanan berkualitas tinggi tidak hanya menjamin kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat citra merek dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Kota Palembang merupakan salah satu kota terbesar dan terpadat di Indonesia serta menjadi pusat pertumbuhan ekonomi dan bisnis. Pertumbuhan ekonomi yang pesat dan pembangunan infrastruktur menciptakan peluang bisnis yang tiada habisnya di sektor kuliner. Restoran dan kafe bermunculan di setiap sudut kota, menawarkan beragam pilihan makanan dan minuman untuk memenuhi selera masyarakat yang semakin beragam.

Salah satu makanan khas Palembang adalah pindang. Pindang merupakan hidangan yang kaya akan cita rasa dan sejarah. Hidangan ini berbahan dasar ikan yang direbus bersama berbagai rempah-rempah

tradisional seperti asam, kunyit, jahe, dan serai. Proses memasak pindang menghasilkan kuah dengan rasa asam pedas yang segar, yang sangat digemari oleh masyarakat Palembang dan para wisatawan yang berkunjung. Kelezatan pindang tidak hanya terletak pada rasanya, tetapi juga pada filosofi dan budaya dibalik pembuatannya yang mencerminkan kearifan lokal dan tradisi kuliner masyarakat Palembang.

Salah satu tempat yang terkenal dengan sajian pindangnya adalah pondok pindang umak. Rumah makan ini telah menjadi ikon kuliner di Palembang, dikenal luas karena keaslian dan kelezatan pindangnya. Pondok pindang umak didirikan dengan tujuan melestarikan resep tradisional pindang dan memperkenalkannya kepada generasi muda serta para pengunjung dari luar daerah. Rumah makan ini tidak hanya menawarkan hidangan yang mengunggah selera, tetapi juga menyajikan pengalaman makan yang nyaman dan penuh dengan nuansa budaya Palembang. Suasana di pondok pindang umak yang hangat dan bersahabat membuat para tamu merasa seperti di rumah sendiri, menikmati hidangan pindang sambil berbincang dan bersantai.

Namun di balik pesatnya pertumbuhan tersebut terdapat tantangan yang dihadapi para pengusaha kuliner. Mereka harus mampu beradaptasi dengan perubahan pasar, mengikuti tren pelanggan, dan tetap kompetitif dalam lanskap yang semakin kompetitif. Restoran dan kafe lebih dari sekedar tempat bersantap, namun juga tempat untuk bersosialisasi, merayakan momen penting dan menikmati pengalaman bersama dengan keluarga dan teman.

Oleh karena itu, pengelola restoran perlu fokus tidak hanya pada kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga pada keseluruhan pengalaman yang diberikan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting keberhasilan suatu restoran karena pelanggan yang puas akan kembali lagi dan merekomendasikan restoran tersebut kepada orang lain.

Kualitas produk dan kualitas layanan merupakan dua aspek besar yang mempunyai dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di industri

restoran. Kualitas produk mencakup segala hal mulai dari bahan yang digunakan, teknik memasak, hingga penyajian visual makanan yang disajikan. Kualitas layanan, di sisi lain, mencakup daya tanggap staf terhadap kebutuhan pelanggan, tingkat keramahan dan kemampuan untuk mengembangkan hubungan pribadi yang hangat. Kedua aspek ini saling berkaitan dan mempengaruhi satu sama lain.

Tujuan perusahaan adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui produk yang berkualitas. Oleh karena itu kualitas produk merupakan hal yang harus di pertahankan perusahaan, karena kualitas produk yang baik dapat membentuk kepuasan pelanggan. Menurut Daryanto dan Satyobudi (2014), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk atau barang-barang yang diberikan pada pelanggan dalam proses penyerahan jasa, kualitas produk atau jasa, persepsi atau harga, serta faktor situasional dan personal. Hal tersebut dapat di artikan bahwa kualitas yang dimiliki suatu produk mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pelayanan merupakan kegiatan atau tindakan yang di berikan perusahaan sebagai salah satu cara untuk memberikan kepausan kepada pelanggan. Menurut Daryanto dan Ismanto (2014), terdapat 5 faktor utama yang menjadi indikator pendorong kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional, biaya dan kemudahan. Apabila perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan maka perusahaan akan mendapatkan manfaat yang besar, yaitu kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kualitas produk. Kualitas produk akan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk membentuk sebuah ikatan yang kuat pada perusahaan. Sedangkan kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan, apakah pelanggan merasa puas atau tidak dengan menggunakan produk yang diberikan. Pelanggan tidak hanya melihat dari fisik produk semata melainkan dari harga, fitur, dan keuntungan yang didapat pada saat menggunakan produk tersebut. Maka perusahaan dituntut untuk mampu menawarkan kualitas produknya guna

memenuhi harapan serta kebutuhan pelanggan dan mampu bertahan dalam persaingan. Menurut Yulian (2013), salah satu cara menciptakan kepuasan pelanggan yaitu dengan meningkatkan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkap kepuasan dan kualitas jasa/produk.

Dilain sisi dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu bisnis, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Berikut adalah total pengunjung di restoran pondok pindang umak:

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Pondok Pindang Umak
Tahun 2021 s.d 2023

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	2021	102.173
2.	2022	105.428
3.	2023	108.763
Total Pengunjung		316.364

Sumber: Pondok Pindang Umak, 2024

Oleh karena itu, penting bagi pengusaha kuliner untuk memahami hubungan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian laporan ini akan menganalisis secara mendalam pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan. Dengan alasan di atas penulis mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap**

Kepuasan Pelanggan di Pondok Pindang Umak Palembang” Laporan ini diharapkan akan memberikan wawasan yang berharga bagi para pemilik bisnis dan pengelola restoran dalam mengoptimalkan operasi mereka dan meningkatkan kepuasan pelanggan dan jua penelitian ini diharapkan dapat memeberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan industri kuliner Indonesia, serta konteks yang lebih luas dan dunia usaha pada umumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penulisan laporan akhir ini lebih terarah, maka penulis membatasi ruang lingkup bahasan hanya pada kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pondok pindang umak bukit.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian dapat membantu restoran dalam merumuskan strategi pengelolaan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang lebih efektif.
2. Restoran akan dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan keuntungan usaha mereka.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penulisan laporan akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang diangkat, maka penulis membatasi ruang lingkup hanya pada pondok pindang umak bukit.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

b. Sumber Data

Sedangkan sumber data penelitian yang diperoleh penulis dalam laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data penelitian ini dikumpulkan penulis secara langsung melalui data yang didapat dari hasil observasi langsung dan wawancara dengan narasumber yakni manajer/karyawan dan data kuisioner dari responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini dikumpulkan oleh

penulis melalui studi literatur, yaitu penelusuran literatur mengenai dasar pengetahuan tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini. Metode ini dilakukan dengan cara mencari buku, dan artikel-artikel yang berkaitan.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan guna mendukung pelaksanaan penelitian ini digunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Riset Lapangan (*Field Research*)

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam riset lapangan ini adalah:

1. Observasi

Jenis observasi yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah observasi langsung dan observasi terhadap perilaku dan lingkungan sosial yang ada dengan cara *participan observatioan*. Melalui cara ini penulis mengamati perilaku pelanggan.

2. Wawancara

Penulis melakukan tanya jawab lisan secara langsung dengan beberapa pihak untuk mendapatkan informasi yang relevan dan akurat. Adapun pihak-pihak tersebut adalah manajer dan staff-staff yang ada di pondok pindang umak bukit.

b. Riset Kepustakaan

Riset kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data dan infoormasi secara teoritis dan mempelajari sumber-sumber tertulis berupa buku-buku literatur yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

1.5.4 Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2019) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk pondok pandang umak yaitu 316.364, dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Selanjutnya sampel diambil dengan menggunakan jenis *convenience sampling*.

Menurut teori Gay dan Airasian dalam blog Padangsimpuan (2019), Gay dan Airasian membuat acuan dalam penentuan jumlah sampel yaitu (1) jenis penelitian deskriptif menggunakan 10 - 20% dari populasi; (2) jenis penelitian korelasi 30 orang; (3) Eksperimental & Kausal komparatif 30 orang per kelompok. Penelitian ini mengambil sampel dari total populasi konsumen pada tahun 2021 - 2023 dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan sampel yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana: n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolerir. (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Ukuran populasi yaitu 316.364 konsumen dengan asumsi tingkat

kesalahan (e) = 10% maka jumlah sampel (n) adalah:

$$n = \frac{316.364}{1 + (316.364 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{316.364}{1 + (316.364 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{316.364}{1 + 3.163,64}$$

$$n = \frac{316.364}{3.164,64}$$

$$n = 99,96$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka hasil pembulatan sampel dalam perhitungan di atas adalah sebanyak 100 responden.

1.5.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel itu. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (variabel X_1 dan X_2) adalah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel tak bebas (variabel Y) adalah Kepuasan Pelanggan. Rancangan operasional variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
1.	Kualitas Produk	Kesanggupan suatu produk berfungsi sebagaimana mestinya untuk memenuhi kebutuhan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesegaran 2. Tampilan 3. Rasa 4. Inovasi makanan 	Alvian (2020)
2.	Kualitas Pelayanan	Jasa pelayanan perusahaan berikan, pelanggan dapat membandingkan dengan apa yang pelanggan harapkan dan kenyataan yang didapat atau diterima oleh pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kehandalan 2. Daya tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti fisik 	Himawan (2017)
3.	Kepuasan Pelanggan	Suatu hasil dari perbandingan antara harapan terhadap kinerja atau hasil yang didapatkan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkecukungan kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan pada pelanggan lainnya 	Indrasari (2019)

Sumber: Disarikan dari beberapa penelitian terdahulu

1.5.6 Analisa Data

1.5.6.1 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Pada dasarnya, uji validitas mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan/ Pernyataan yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Siregar, 2013:46). Untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat tersebut valid atau tidak, maka dalam penelitian ini tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh masing-masing item yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Suatu kuesioner dikatakan valid, jika koefisien korelasi product moment $> r_{\text{tabel}} (\alpha ; n - 2)$ $n =$ jumlah sampel (Siregar, 2013:47).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Siregar, 2013:55).

1.5.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square*. Dalam OLS hanya terdapat satu

variabel dependen, sedangkan untuk variabel independen berjumlah lebih dari satu. Menurut Ghazali (2018:159), untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yaitu, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji korelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S) test yang terdapat di program SPSS. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2018:161). Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak juga dapat dilakukan dengan metode yang lebih handal yaitu dengan melihat *Normal Probability Plot*. Model regresi yang baik ialah data berdistribusi normal, yaitu dengan mendeteksi dan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinearitas yaitu dengan melihat besaran nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan juga nilai *Tolerance*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen

lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah nilai VIF $< 10,00$ dan nilai Tolerance $> 0,10$ (Ghozali, 2018:107).

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018:120). Pengujian heterokedastisitas dapat dengan melihat grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED yaitu ada atau tidaknya pola tertentu. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelomban, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik meyebar di atas dan dibawah angka 0, pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2018:137).

1.5.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2019:99), adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

a. Hipotesis Nol

Hipotesis Nol (H_0) yaitu hipotesis yang diuji. Biasanya, hipotesis ini merupakan pernyataan yang menunjukkan bahwa suatu parameter populasi memiliki nilai tertentu. Hipotesis nol biasa dinyatakan dengan kata-kata “tidak ada pengaruh”.

b. Hipotesis Alternatif

Hipotesis Alternatif (H_a) adalah pernyataan yang sama dengan parameter populasi yang sama dengan yang digunakan

dalam hipotesis nol. Biasanya hipotesis ini merupakan pernyataan yang menyatakan bahwa parameter populasi tersebut memiliki nilai yang berbeda dari pernyataan yang telah disebutkan dalam hipotesis nol.

Uji hipotesis dalam penelitian ini ada tiga tahap yaitu, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan uji determinasi (R^2) sebagai berikut:

1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2017), mengemukakan bahwa uji t adalah uji koefisien regresi secara parsial yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Signifikansi yang digunakan dalam uji t ini sebesar 0,05. Selanjutnya terdapat kriteria berbeda yang digunakan, 1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima 2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Wiratna (2015) dalam Tarigan (2018), model regresi secara simultan diuji dengan melihat signifikansi (*sig*) di mana jika nilai *sig* kurang dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selanjutnya terdapat kriteria berbeda yang digunakan, 1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima 2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variabel terikat. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin baik variabel-variabel independen dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk dapat memprediksi variasi pada variabel dependen (Ghozali,2016)

1.5.6.4 Analisis Regresi linear berganda

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, yaitu teknik analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Koefisien konstanta

$\beta_1 X_1$ = Koefisien regresi Kualitas Produk

$\beta_2 X_2$ = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan