

Kepuasan Pelanggan Bakso Pak Kumis Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Pelayanan

Dega Kristanti^{1*} Yekti Intyas Rahayu² Dzulkipli³

¹Magister Manajemen Program Pascasarjana - Universitas Widyagama Malang, degakristanti99@gmail.com

¹Magister Manajemen Program Pascasarjana - Universitas Widyagama Malang, yekti.inntyas@gmail.com

¹Magister Manajemen Program Pascasarjana - Universitas Widyagama Malang, zulkipliuwg@gmail.com

Presenting Author: degakristanti99@gmail.com

Corresponding Author: degakristanti99@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini menjelaskan tentang kepuasan pelanggan pada Bakso Pak Kumis dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Bakso Pak Kumis dan mengambil 110 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang akan menghasilkan data numerik yang diolah menggunakan software WarpPLS. Pengumpulan data menggunakan kuisioner, studi kepustakaan dan penjelajahan internet.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa minat beli pelanggan bisa timbul karena adanya kepuasan yang diciptakan oleh pelayanan dan produk yang disajikan oleh Bakso Pak Kumis terhadap pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Minat Beli Ulang.

Abstract

The purpose of this study is to explain customer satisfaction at Bakso Pak Kumis in improving product and service quality. The population in this study were all customers of Bakso Pak Kumis and took 110 respondents. This study uses quantitative methods, which will produce numerical data that is processed using WarpPLS software. Collecting data using questionnaires, literature study and internet browsing.

The results of this study note that customer buying interest can arise because of the satisfaction created by the services and products presented by Bakso Pak Kumis to customers.

Keywords: Product Quality, Service, Repurchase Interest.

PENDAHULUAN

Bakso Pak Kumis merupakan salah satu usaha industri kecil yang bergerak di bidang pengolahan makanan cepat saji. Usaha bakso ini mampu memberikan pendapatan tambahan bagi masyarakat sekitar dan dapat memberikan peluang kerja kepada masyarakat sekitar yang belum mempunyai pekerjaan atau masih menganggur. Dimana pangsa pasar pada saat ini sangat ketat dan terjadilah persaingan pada semua jenis usaha termasuk persaingan di warung bakso. Bakso Pak Kumis ini terletak sangat strategis dan memiliki suasana yang sangat menarik perhatian konsumen untuk datang dan membeli bakso ini. Karena pada Bakso Pak Kumis ini terdapat rasa yang khas yang banyak digemari oleh masyarakat sekitar.

Secara global, tren penjualan pada triwulan pertama hingga triwulan keempat sampai memiliki peningkatan pelanggan begitupun dengan penjualan di setiap porsinya. yang mengindikasikan potensi pasar. Merujuk pada warung-warung pesaing Bakso Pak Kumis di atas, fenomena dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan pelayanan yang ada pada Bakso Pak Kumis.

Merujuk pada warung-warung pesaing Bakso Pak Kumis di atas, fenomena dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan pelayanan yang ada pada Bakso Pak Kumis. Maka dengan ini sangat mendorong sekali pihak Bakso Pak Kumis untuk selalu mempertahankan kualitas produk dan pelayanan agar mampu bersaing dengan warung-warung tersebut sehingga menciptakan minat beli ulang dan timbulah rasa kepuasan terhadap pelanggan Bakso Pak Kumis ini.

Berdasarkan uraian hasil penelitian sebelumnya yang telah dijelaskan dan terdapat inkonsistensi temuan, maka peneliti menambah variabel mediasi, yaitu kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ini timbul dari kualitas produk (kutipan). Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan (precision) produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang bernilai. Minat beli ulang merupakan kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Kepuasan yang diperoleh seorang konsumen, dapat mendorong ia melakukan pembelian ulang (repeat purchase) menjadi loyal terhadap produk tersebut ataupun loyal terhadap toko tempat dia membeli barang tersebut sehingga konsumen dapat menceritakan hal-hal yang baik kepada orang lain.

Berdasarkan fenomena diatas timbulah pertanyaan mengapa orang bisa puas membeli bakso di Pak Kumis, sehingga muncullah permasalahan sebagai berikut: apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mampu meningkatkan minat beli pada pelanggan?. Selanjutnya apakah kepuasan pelanggan mampu berperan menjadi variabel mediasi?.

TINJAUAN PUSTAKA

Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan

Fungai (2017) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah faktor yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Meilany C. Wowor (2018) menyatakan bahwa penelitian menunjukkan kualitas produk terhadap nilai rata-rata indeks kepuasan pelanggan yaitu puas. Elly Rasmikayati dkk. (2020) dari hasil analisis faktor didapatkan bahwa faktor kualitas produk sayuran organik yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas maka terdapat usulan hipotesis yaitu H1 Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Ni Nyoman Andriani dan I Gede Katut Warmika (2019) menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meilany C. Wowor (2018) menyatakan bahwa aspek kualitas pelayanan nilai rata-rata indeks terhadap kepuasan

pelanggan adalah puas. Elly Rasmikayati dkk. (2020) menyatakan bahwa faktor kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka terdapat usulan hipotesis yaitu H2 Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Ulang

Ni Nyoman Andriani dan I Gede Katut Warmika (2019) bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan kembali.

Berdasarkan penelitian di atas maka terdapat usulan hipotesis yaitu H3 Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang.

Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli Ulang

Hely (2017) menyatakan bahwa kualitas produk dapat berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang. Menurut hasil penelitian Chintya (2017) menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Kualitas produk yang baik berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen. Menurut hasil penelitian Jiwandono (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian dari Sumitro (2016) menyatakan bahwa variabel kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang. Agung Laksono Gatot Saputro (2016) juga menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Berdasarkan uraian di atas maka terdapat usulan hipotesis H4 yaitu Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang.

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Minat Beli Ulang

Laurensia Hanjani Putri (2016) Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya tujuh faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen, yaitu kepuasan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merek, kualitas produk, nilai yang dirasakan, harga, dan lingkungan fisik. Secara keseluruhan, performa perusahaan pada faktor kualitas layanan, kualitas produk, nilai yang dirasakan, dan harga sudah cukup baik

Berdasarkan temuan di atas maka terdapat usulan hipotesis H5 yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang.

Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan

Sumitro (2016) menyatakan bahwa Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat membeli ulang. Septian Wulandari & Novi Marlina (2020) menyatakan bahwa hasil penelitiannya memiliki pengaruh meminta konsumen terhadap kualitas produk dan memberikan kepuasan kepada konsumen/pelanggan yang membeli produk dan ada pengaruh terhadap minat beli ulang.

Berdasarkan uraian di atas maka terdapat usulan hipotesis H6 yaitu Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang apabila melalui variabel Kepuasan Pelanggan.

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan

Ni Nyoman Andriani dan I Gede Katut Warmika (2019) menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan dengan niat menggunakan kembali. Septian Wulandari & Novi Marlina (2020) menyatakan bahwa hasil penelitiannya dapat memiliki pengaruh kualitas produk serta kepuasan terhadap pelanggan yang membeli produk ada pengaruhnya terhadap minat beli ulang.

Berdasarkan uraian di atas maka terdapat usulan hipotesis H7 yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang apabila melalui variabel Kepuasan Pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* atau penelitian penjelasan. penelitian eksplanatori adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-

hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Lokasi penelitian ini dilakukan di Bakso Pak Kumis yang terletak di Jl. Juanda No. 41, Jabon, Jogosari, Kec. Pandaan, Pasuruan, Jawa Timur. Dalam penelitian ini, target yang menjadi sasarnya adalah semua pelanggan Bakso Pak Kumis yang sering datang maupun hanya sekali datang. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah sebanyak 4 variabel yang terdiri dari 2 variabel independen, 1 variabel dependen, dan 1 variabel mediasi, dengan jumlah indikator sebanyak 22. sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 110 responden yang akan diteliti.

Untuk melengkapi penelitian ini, maka perlu adanya data yang lengkap dan akurat. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berasal dari responden individu, kelompok fokus, internet juga dan sumber data primer jika kuisisioner disebarluaskan melalui internet. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, dan internet data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Kuisisioner dan Studi kepustakaan serta Penjelajahan Internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Karakteristik responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 110 responden, di mana perempuan dengan berjumlah 70 orang dan laki-laki berjumlah 40 orang. Dengan memiliki masing-masing usia dan latar belakang yang berbeda dimulai dengan mahasiswa hingga karyawan swasta.

Uji validitas dan reliabel

Diketahui bahwa nilai composite reliability pada variabel laten kualitas produk sebesar 0,919. Kualitas pelayanan sebesar 0,921. Kepuasan pelanggan sebesar 0,882. Minat beli ulang sebesar 0,769, lebih besar dari 0,700 dan dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan model konstruk dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik.

Hipotesis

Hipotesis 1

Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Z) signifikan karena $\beta=0.15$ dilihat melalui nilai p-value sebesar 0.05, maka dikatakan signifikan. Artinya kualitas produk yang diberikan pada bakso pak kumis terhadap pelanggannya sangat berdampak positif.

Hipotesis 2

Pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Z) signifikan pada $\beta=0.67$, dibuktikan melalui nilai p value sebesar $<.01$. koefisien ini mengindikasikan hubungan keduanya signifikan, artinya semakin baik pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan bakso pak kumis maka akan meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan

Hipotesis 3

Pengaruh kepuasan pelanggan (Z) terhadap minat beli ulang (Y) signifikan pada $\beta=0.19$, dilihat melalui nilai p-value sebesar 0.02, nilai tersebut mengindikasikan dikatakan signifikan. Koefisien ini mengindikasikan bahwa pelanggan pada bakso pak kumis yang berada di Pandaan merasa puas dengan produk yang diberikan dengan rasa pelanggan yang memiliki minat untuk membeli kembali

Hipotesis 4

Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap minat beli ulang (Y) signifikan pada $\beta = 0.36$, dilihat melalui nilai p-value sebesar $<.01$, nilai tersebut bisa dikatakan signifikan. Koefisien ini mengindikasikan bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh bakso pak kumis mampu menarik perhatian pelanggan sehingga pelanggan memiliki rasa ingin membeli kembali.

Hipotesis 5

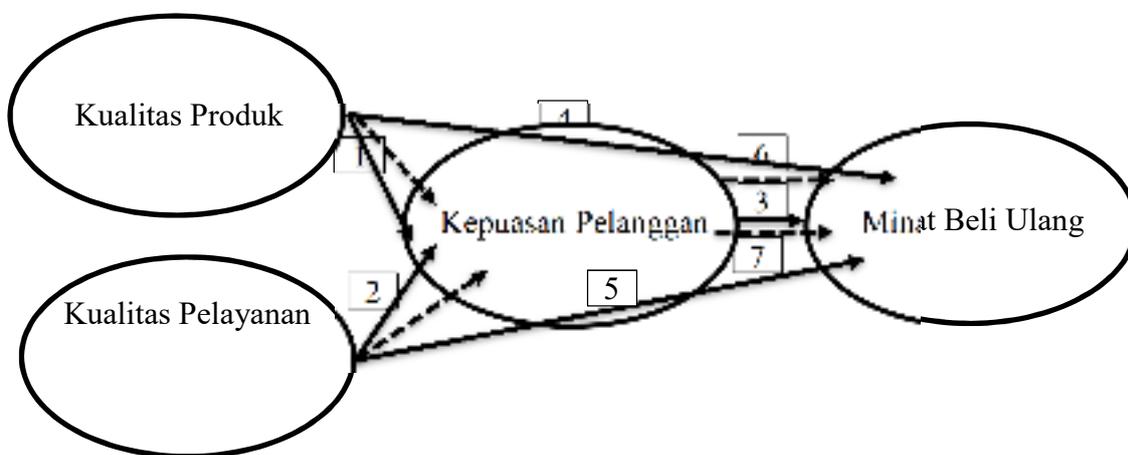
Pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap minat beli ulang (Y) signifikan pada $\beta=0.33$, dilihat melalui nilai p-value sebesar $<.01$, nilai tersebut bisa dikatakan signifikan. Koefisien ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan saat melayani pelanggan sangat berpengaruh baik sehingga pelanggan memiliki rasa ingin membeli kembali.

Hipotesis 6

Pengaruh tidak langsung antara kualitas produk (X1) terhadap minat beli ulang (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z), mengindikasikan pengaruh tidak langsung sebesar 2.86. Pengujian pengaruh tidak langsung ini menggunakan *sobel test*, sehingga dinyatakan bahwa terdapat pengaruh secara tidak langsung yang positif dan signifikan.

Hipotesis 7

Pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan (X2) terhadap minat beli ulang (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z), mengindikasikan pengaruh tidak langsung sebesar 9.40. Pengujian pengaruh tidak langsung ini menggunakan *sobel test*, sehingga dinyatakan bahwa terdapat pengaruh secara tidak langsung yang positif dan signifikan.



Kualitas produk memiliki hubungan secara langsung kepuasan pelanggan dan juga minat beli ulang. Kualitas pelayanan juga memiliki hubungan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan dan juga minat beli ulang. Kepuasan pelanggan secara langsung juga berhubungan dengan minat beli ulang. Adapun kualitas produk memiliki hubungan secara tidak langsung terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Begitupun juga dengan kualitas pelayanan memiliki hubungan secara tidak langsung terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini terdapat pengaruh langsung dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, dalam hal ini pelanggan puas terhadap kualitas produk yang diberikan oleh bakso pak kumis sehingga memberikan dampak yang positif. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki nilai rata-rata tinggi, artinya bahwa pelanggan bakso pak kumis menunjukkan rasa puasnya setelah menikmati hidangan menu yang disajikan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisa dengan menggunakan model struktural ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bakso pak kumis. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi indikator variabel kualitas pelayanan yaitu karyawan mementingkan kepentingan pelanggan, sedangkan nilai rata-rata

tertinggi indikator variabel kepuasan pelanggan yaitu dimana tingkat sentimen pasar yang meningkatkan minat beli terhadap pelanggan bakso pak kumis.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang

Hasil analisa menggunakan model struktural ini membuktikan bahwa pada penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan bakso pak kumis. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menjadi responden yang mereka dapatkan tanggapan puas terhadap keseluruhan pelayanan yang mereka dapatkan selama makan di tempat bakso pak kumis.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang

Hasil analisa menggunakan model struktural ini membuktikan bahwa pada penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan bakso pak kumis. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menjadi responden yang mereka dapatkan tanggapan puas terhadap keseluruhan pelayanan yang mereka dapatkan atas produk yang diberikan di tempat bakso pak kumis.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang

Hasil analisa menggunakan model struktural ini membuktikan bahwa pada penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan bakso pak kumis. Secara umum berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan bakso pak kumis sehingga pelanggan memiliki minat untuk membeli kembali dan respon yang sangat baik kepada bakso pak kumis.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini terdapat pengaruh tidak langsung atau mediasi dari kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan, dimana hasil ini menunjukkan pelanggan yang telah menikmati produk bakso pak kumis dia akan cenderung memiliki rasa puas sehingga kepuasan pelanggan ini mampu mempengaruhi rasa minat ingin membeli kembali pada bakso pak kumis ini.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian ini memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan terhadap minat beli melalui kepuasan pelanggan, dimana hasil ini menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan terhadap pelanggan sangat cepat dan tanggap, sehingga pelanggan memiliki minat untuk membeli kembali karena kepuasan tersendiri yang dirasakan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini didasarkan pada tujuan – tujuan yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Diketahui bahwa Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh signifikan. Pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh signifikan. Pengaruh kepuasan pelanggan (Z) terhadap minat beli ulang (Y) berpengaruh signifikan. Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap minat beli ulang (Y) berpengaruh signifikan. Pengaruh Kualitas pelayanan (X2) terhadap minat beli ulang (Y) berpengaruh signifikan. Pengaruh tidak langsung antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui minat beli dinyatakan bahwa berpengaruh secara signifikan. Pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui minat beli dinyatakan bahwa berpengaruh secara signifikan

SARAN

Hasil penelitian yang diperoleh, penelitian memberikan saran antara lain Bagi peneliti Selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel penelitian lain. Model yang terdapat dalam penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian yang lain sehingga dapat diketahui sejauh mana pengaruh penggunaan model

terhadap apa yang telah terbentuk dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

REFERENSI

- Augusty, Ferdinand, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Augusty, Ferdinand, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hasan, M. Iqbal, 2002, *Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Kusuma, Adi Rah. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kompetensi Tenaga Penjualan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada PT. Ratna Intan Kusuma di Semarang). Tesis. Universitas Diponegoro. Semarang
- Solimun, 2010, *Analisis Multivariat Pemodelan Struktural Metode Partial Least Square – PLS*, CV. Citra, Malang.
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Tatik Suryani, 2008, *Perilaku Konsumen ; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta