BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas mengenai fenomena yang menjadi suatu dasar penelitian dan alasan pemilihan judul. Didalam bab ini juga akan menjelaskan mengenai rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian, definisi operasional variabel, kerangka konseptual, hipotesis dan sistematika penulisan penelitian serta penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

A. Latar Belakang Masalah

Dalam mempertahankan hidup manusia memerlukan berbagai macam kebutuhan. Salah satunya merupakan kebutuhan dasar pangan berupa makan dan minum untuk dikonsumsi. Pentingnya kebutuhan pangan menyebabkan kebutuhan tersebut menjadi tidak terbatas. Hal inilah yang membuat banyak pengusaha melihat peluang besar disektor pangan dan muncul berbagai bisnis kuliner yang mulai menjamur. Bisnis kuliner kian banyak peminat dan terus berkembang serta di inovasikan agar sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Perkembangan kuliner sangat pesat tak terkecuali di Indonesia. Keragaman kuliner Indonesia ditandai dengan banyaknya jenis makanan dan citarasa sajian khas yang bervariasi.

Kuliner di berbagai kawasan Indonesia salah satunya seperti di Kota Palembang. Terdapat begitu banyak tempat makan baru dengan ciri khas daerah

Palembang, ciri khas daerah-daerah kota lain dan ciri khas makanan negara lain. Kuliner khas Kota Palembang seperti pempek, tekwan, mie celor, dan lainnya. Kuliner khas daerah lain seperti nasi padang, bakso, bebek Surabaya dan lainnya. Sedangkan kuliner yang berasal dari negara lain seperti sushi, burger, suki dimsum dan lain sebagainya.

Kian menjamurnya bisnis kuliner membuat para pengusaha harus memiliki strategi untuk dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi kelangsungan bisnis restoran. Perusahaan harus mengutamakan kepuasan konsumen agar tidak ditinggalkan oleh para pelanggan.

Cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan produk dan layanan berkualitas. Karena apabila konsumen benar-benar puas maka konsumen akan membeli ulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Sehingga perusahaan tidak perlu bersusah payah dalam mencari pelanggan baru. Maka kepuasan pelanggan sangat berpengaruh dalam bisnis maupun dalam memenangkan persaingan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:211) Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan dalam pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Kualitas Pelayanan (Kotler, 2009) merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*preceived service*) dengan

tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan sangat diperhatikan oleh pelanggan. Hal ini terlihat dari cara karyawan melayani pelanggan serta cara karyawan memuaskan pelanggan yang datang. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan setiap pelanggan. Sesuai dengan penelitian Maria dan Anshori (2013) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen King Cake yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen King Cake, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen King Cake, dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen King Cake.

Bisnis kuliner yang akan diteliti adalah *food and baverage* atau yang lebih sering dikenal dengan istilah restoran. Restoran merupakan tempat usaha yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan berbagai produk makan dan minum berkualitas serta penyedia layanan jasa makanan dan minuman umum. Restoran yang menjadi objek adalah restoran Bebek Goreng Harissa, yaitu rumah makan yang menawarkan masakan nusantara dengan ciri khas bebek goreng dan berbagai menu lainnya seperti ayam, sapi, soto ciri khas kota Surabaya. Restoran ini terletak di jalan Rajawali no.1090. Restoran Bebek Goreng Harissa resmi dibuka di Palembang pada bulan Febuari 2016.

Untuk dapat terus bertahan, restoran Bebek Goreng Harissa Palembang berinovasi dengan menyesuaikan selera masyarakat Palembang dengan menambahkan menu makanan dan beberapa minuman baru seperti ayam bakar,

tauge korek, es jeruk kelapa muda, es dawet ayu, dan lain sebagainya. Selain berinovasi restoran Bebek Goreng Harissa juga selalu memperhatikan kualitas produknya seperti selektif dalam pembelian bahan baku yang berkualitas sesuai standar. Khusus daging bebek standarisasi yang diterapkan yaitu harus memiliki berat minimal satu kilogram dan berumur di atas lima bulan agar mendapatkan tekstur daging yang renyah, dan selalu memastikan daging bebek tetap segar dan higienis sebelum dimasak dan disajikan ke konsumen. Restoran Bebek Goreng Harissa juga secara berkala melakukan *test food* untuk memastikan rasa dan kualitas tetap memenuhi standarisasi yang telah ditetapkan.

Selain kualitas produk, restoran Bebek Goreng Harissa juga selalu memperhatikan kualitas layanan demi menjaga kepuasan pelanggan seperti memperhatikan fasilitas yang lengkap, menyambut konsumen yang datang kemudian diantar menuju meja yang akan diduduki, memberikan menu kepada konsumen untuk dipilih dan dipesan, apabila makanan sudah jadi maka waiters akan mengantarkannya langsung kepada konsumen. Waiters juga segera merapikan meja dan kursi yang telah dipakai dan wajib memberi salam kepada pelanggan yang akan pulang. Restoran Bebek Goreng juga melayani pesan antar gratis untuk wilayah kota Palembang dan sekitarnya dengan minimal belanja hanya sekitar Rp. 150.000,- . Untuk mengevaluasi kualitas produk dan kinerja masing-masing karyawan, restoran Bebek Goreng Harissa juga menyediakan kotak saran dan kritik bagi konsumen yang ingin menyampaikan keluhan yang kemudian akan dibahas saat rapat setiap bulan.

Namun Restoran Bebek Goreng Harissa Palembang menyadari adanya keluhan dari konsumen yang menjadi semakin selektif dan kritis dalam menentukan pilihan pembelian produk dan layanan yang dapat dibuktikan dalam tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Keluhan Pelanggan Restoran Bebek Goreng Harissa Palembang

Tahun	Banyaknya keluhan yang diterima
2016	74
(hingga September) 2017	59

Sumber: Bebek Goreng Harissa Palembang

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa sejak restoran ini dibuka pertama kali, restoran telah mendapatkan keluhan dari konsumen. Keluhan diterima oleh manajer mengenai produk dan layanan yang diberikan oleh karyawan restoran kurang memuaskan bagi konsumen. Keluhan yang sering disampaikan seperti penyajian makanan yang lama sehingga membuat pelanggan menunggu, beberapa karyawan yang melayani kurang ramah, kurang tanggapnya karyawan atas permintaan pelanggan, karyawan yang kurang memahami menu-menu restoran, sajian makanan yang tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan makanan yang kadang kurang bersih seperti masih adanya bulu bebek di daging.

Berkembangnya bisnis kuliner di Palembang diramaikan oleh persaingan bisnis *franchise* (waralaba). Bisnis *franchise* memberikan keuntungan berbisnis karena memiliki reputasi yang bagus. Ide, penamaan dan manajemen bisnis telah diuji coba sebelumnya dan siap untuk diimplementasikan pada lokasi yang baru. Pemasaran bisnis waralaba cenderung lebih mudah, karena bisnis sebelumnya terlebih dahulu dikenal oleh masyarakat. Biaya dan tenaga yang diperlukan untuk

membangun reputasi bisnis jauh lebih sedikit dibandingkan dengan membangun bisnis baru. Sistem manajemen finansial telah ditetapkan oleh pemilik waralaba utama, sehingga tidak repot dalam membangun bisnis baru.

Bebek Goreng Harissa merupakan salah satu restoran *franchise* yang menyajikan menu bebek khas Surabaya di Palembang. Meski pangsa pasar bebek di kota Palembang terbilang kecil serta bahan mentah yang terbatas, hal ini tidak membuat Restoran Bebek Goreng Harissa kalah saing dengan restoran *franchise* lain yang telah ada. Bebek Goreng Harissa pun tetap banyak diminati masyarakat Palembang dan semakin berkembang (http://www.detiksumsel.com/hadapi-persaingan-bebek-harissa-tawarkan-banyak-menu-andalan, diakses pada 29 Oktober 2017). Hal ini dapat terlihat dari penjualan restoran Bebek Goreng Harissa Palembang yang diuraikan dalam tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2
Data Penjualan Restoran Bebek Goreng Harissa Palembang Tahun 2017
(dalam ribuan rupiah)

Tahun 2016			
Bulan	**Penjualan**	**Kenaikan/Penurunan Penjualan**	**Persentase Kenaikan/Penurunan (%)**
Februari	Rp. 63.000	-	
Maret	Rp. 250.000	Rp. 187.000	290
April	Rp. 195.000	(Rp. 55.000)	(22)
Mei	Rp. 185.000	(Rp. 10.000)	(5)
Juni	Rp. 190.000	Rp. 5.000	2,5
Juli	Rp. 200.000	Rp. 10.000	5
Agustus	Rp. 153.000	(Rp. 47.000)	(23,5)
September	Rp. 135.000	(Rp. 18.000)	(11,7)
Oktober	Rp. 141.000	Rp. 6.000	(4)
November	Rp. 125.000	(Rp. 16.000)	(11,3)
Desember	Rp. 126.000	Rp. 1.000	0,8
Tahun 2017			
Bulan	**Penjualan**	**Kenaikan/Penurunan Penjualan**	**Persentase Kenaikan/Penurunan (%)**
Januari	Rp. 205.000	Rp. 79.000	62,6
Febuari	Rp. 136.000	(Rp. 69.000)	(33,66)
Maret	Rp. 178.000	Rp. 42.000	31
April	Rp. 209.000	Rp. 31.000	17,4
Mei	Rp. 182.000	(Rp. 27.000)	(13)
Juni	Rp. 321.000	Rp. 139.000	76
Juli	Rp. 159.000	(Rp. 162.000)	(50,4)
Agustus	Rp. 131.000	(Rp. 28.000)	(17,7)
September	Rp. 115.000	(Rp. 16.000)	(12,2)

Sumber: Manajer Bebek Goreng Harissa Palembang

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, penjualan restoran Bebek Goreng Harissa Palembang mengalami kenaikan dan penurunan, hal ini menunjukkan bahwa penjualan Bebek Goreng Harissa tidak stabil sehingga masih menjadi masalah bagi restoran. Seperti ketika perayaan hari lebaran atau ketika musim libur penjualan mengalami peningkatan, sedangkan pada bulan lainnya penjualan restoran mengalami penurunan. Kualitas produk dan kualitas layanan restoran

yang belum memuaskan konsumen restoran dapat menjadi salah satu faktor penyebab menurunnya laba yang diperoleh perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan utama bagi perusahaan karena kepuasan pelanggan merupakan titik awal di mana konsumen akan meningkatkan dirinya menjadi loyal terhadap perusahaan. (Kotler, 2009:138) Kepuasan pelanggan menyebabkan keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Ada beberapa cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan produk yang berkualitas, memberikan kualitas pelayanan yang ramah, ketepatan waktu serta menggunakan sistem yang mudah dipahami para pelanggan, fokus pada kepentingan atau pencapaian kepuasan pelanggan, memperhatikan harga produk maupun pelayanan sesuai dengan kondisi pasar dan yang terakhir memberikan jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang telah diberikan.

Selain restoran Bebek Goreng Harissa, terdapat beberapa pesaing lain yang menyajikan menu sejenis. Sama-sama menyajikan menu bebek tetapi perbedaannya terdapat pada cara penyajian makanan dengan beragam menu yang ditawarkan, suasana restoran ada yang lesehan, ada yang berada di mal, ada juga yang menyajikan suasana kepada pelanggan seperti berada di tengah taman. Serta harga yang ditawarkan berbeda-beda. Hal tersebut terlihat pada tabel 1.3 berikut ini:

Tabel 1.3
Pesaing Restoran Bebek Goreng Harissa Palembang

No.	Nama Restoran	Alamat
1.	Bebek Goreng H.Slamet	Jl.MP Mangkunegara no.25
2.	Bebek Goreng Syahabi	Jl. Jaksa Agung R. Suprapto no.38
3.	Bebek Tepi Sawah	Palembang Icon Mall, lt.3.

Sumber: data sekunder

Terdapat pesaing lain yang letaknya di sekitar restoran Bebek Goreng Harissa seperti restoran Pondok Melayu, Warung Wakaka, Calories Overload, Eggsperience, dan lainnya. Tetapi menu makanan setiap restoran berbeda ada yang menyajikan makanan khas kota Palembang, ada yang lebih kepada masakan cepat saji. Sejalan dengan hal di atas, restoran Bebek Goreng Harissa berada di lokasi yang strategis dan memiliki tempat parkir yang lebih luas dibanding pesaing lain.

Dengan adanya banyak pesaing dan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dibutuhkan kualitas produk makanan dan kualitas layanan terbaik agar setiap pelanggan merasa puas dengan produk makanan dan layanan di restoran Bebek Goreng Harissa dan pelanggan akan terus datang kembali ke restoran ini. Sejalan dengan penelitian Widjoyo dkk (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya menyatakan bahwa kualitas layanan ditingkatkan maka kepuasan konsumen restoran Happy Garden juga akan meningkat, jika kualitas produk ditingkatkan maka kepuasan konsumen restoran Happy Garden akan meningkat, dan jika kepuasan konsumen ditingkatkan maka loyalitas konsumen restoran Happy Garden juga akan meningkat. Hal inilah yang menjadi perhatian

bagi peneliti dan perlu dikaji secara lebih jelas, oleh karena itu judul penelitian ini adalah "**Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Bebek Goreng Harissa Palembang"**.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Bebek Goreng Harissa Palembang?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Bebek Goreng Harissa Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Bebek Goreng Harissa Palembang.
2. Untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Bebek Goreng Harissa Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

   Dapat mempergunakan dan mempraktekkan ilmu pengetahuan yang didapat khususnya dibidang Manajemen Pemasaran dengan baik dan tepat, selain itu juga sebagai sarana menambah wawasan pengetahuan dan informasi dibidang kuliner.

2. Bagi Restoran Bebek Goreng Harissa Palembang

   Sebagai bahan masukan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan selama ini. Agar Restoran Bebek Goreng Harissa dapat lebih meningkatkan kualitas produk dan layanannya.

3. Bagi Pihak Lain

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang sejenis.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah studi kasus, studi kasus menurut Susilo Raharjo dan Gudnanto (2011:250) adalah suatu metode untuk memahami individu yang dilakukan secara integratif dan komprehensif agar diperoleh pemahaman yang mendalam tentang individu tersebut beserta

masalah yang dihadapinya dengan tujuan masalah tersebut dapat terselesaikan dan memperoleh perkembangan diri yang baik.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah restoran Bebek Goreng Harissa yang terletak di jalan Rajawali no.1090, kota Palembang.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan yang terdapat di restoran Bebek Goreng Harissa Palembang.

4. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010: 115). Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di kota Palembang atau pelanggan yang sudah datang dan pernah membeli produk makanan dan minuman di restoran Bebek Goreng Harissa Palembang.

5. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2006: 116). Dalam menentukan sampel, ada dua teknik *sampling* yaitu, teknik *probability sampling* dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, serta teknik *non probability sampling* yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama

bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010: 118-121). Pada penelitian ini peneliti mengambil sampel menggunakan teknik *non probability sampling*, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlah pastinya, Roscoe dalam Sekaran (2006: 160) menyatakan bahwa ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 tepat untuk kebanyakan penelitian. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menggunakan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 anggota sampel. Beberapa kriteria yang ditentukan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini:

1. Responden yang minimal berusia 17 tahun ke atas
2. Responden pernah melakukan pembelian produk dengan datang ke restoran bebek Goreng Harissa Palembang.

6. Jenis Data Penelitian

Jenis data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data Primer, menurut Umar (2003:60) merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, misalnya dari individu yang bersangkutan atau perseorangan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah jawaban responden berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan.

Data Sekunder, menurut Sugiyono (2005:62) adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian dan mempergunakan data yang diperoleh dari internet.

7. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara dilakukan peneliti kepada manajer dan pegawai restoran Bebek Goreng Harissa Palembang mengenai gambaran umum perusahaan seperti sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, pembagian tugas masing-masing karyawan, aktivitas di dalam restoran, kegiatan pemasaran dari restoran, serta data penjualan dan jumlah keluhan.

b. Kuesioner

Kuesioner untuk pengumpulan data yang disebarkan oleh peneliti dengan pernyataan terstruktur kepada responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kuesioner disebarkan kepada seluruh pelanggan restoran Bebek Goreng Harissa Palembang dengan memberi daftar pernyataan sebelumnya kepada 30 pelanggan dan kemudian dilanjutkan dengan menambah 70 orang pelanggan. Sehingga jumlahnya ada sebanyak 100 orang responden yang telah memenuhi kriteria dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Data yang diperoleh dari kuesioner ini akan diolah dengan perhitungan persentase menggunakan Skala pengukuran. Dalam mengumpulkan data, peneliti terlebih dahulu datang ke restoran, memilih pelanggan yang sesuai dengan kriteria pengambilan sampel, menunggu hingga pelanggan selesai makan,

meminta waktu dan peneliti terlebih dahulu mengajukan beberapa pertanyaan kepada calon responden, yakni :

1. Berapakah usia Anda ?

   Pertanyaan ini diajukan agar pelanggan yang dipilih sesuai dengan kriteria sampel yaitu berada diatas 17 tahun.

2. Apakah anda pernah melakukan pembelian produk dengan menikmati langsung layanan dari restoran bebek Goreng Harissa Palembang ?

   Pertanyaan ini diajukan agar peneliti dapat memastikan bahwa pelanggan telah membeli produk dan merasakan secara langsung pelayanan yang diberi oleh restoran sehingga sesuai dengan kriteria pengambilan sampel penelitian.

Menurut Ghozali (2013: 47) skala yang sering digunakan dalam penyusunan kuesioner adalah skala ordinal atau skala likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

STS	= Sangat Tidak Setuju	(1)
TS	= Tidak Setuju	(2)
N	= Netral	(3)
S	= Setuju	(4)
SS	= Sangat Setuju	(5)

8. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data dan menguji hipotesis, prosedur yang dilakukan akan dibantu dengan program SPSS Statistics 20.

a. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk menangkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013: 52). Untuk melihat hasil uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor butir pernyataan dengan total skor konstruk dan dari hasil output SPSS pada tampilan output *Pearson Correlation* yang hasilnya dijadikan sebagai r hitung dan dibandingkan dengan nilai r tabel yang dilihat sesuai dengan jumlah sampel kita dengan rumus df= (n-2), dimana n adalah jumlah sampel. Apabila r hitung lebih besar (>) daripada r tabel maka item pernyataan dapat dinyatakan valid, dan begitu juga sebaliknya.

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah suatu alat ukur untuk mengukur jujur atau tidaknya dan seberapa konsisten jawaban responden terhadap suatu item pernyataan kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2013: 47). Kuesioner dinyatakan lulus uji reliabilitas jika jawaban

responden atas pertanyaan adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pada pengujian reliabilitas, dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS uji statistik *Cronbach's Alpha* pada tabel *Reliability Statistics*. Jika reliabilitas kurang dari 0,6 artinya kurang baik, sedangkan jika diatas 0,6 artinya baik (Priyatno, 2010:97).

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak (Priyatno, 2010:71). Data yang baik adalah data yang memiliki distribusi normal sehingga model regresi juga berdistribusi normal. Uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2013: 160). Pengujian dilakukan dengan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* pada nilai *Asymp. Sig.* (2-*tailed*). Jika nilai signifikansinya lebih besar (>) dari 0,05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal karena tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara data yang diuji dengan data normal baku dan begitu juga sebaliknya.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas (*independent variable*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2013: 103). Jika terjadi masalah multikolonieritas dapat membuat model regresi menjadi tidak lagi baik karena nilai standar *error* koefisien regresi menjadi sangat besar. Hasil uji multikolinieritas dapat dikatakan tidak terjadi masalah multikolineritas jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Priyatno, 2010:83). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013: 134). Untuk menguji heteroskedastisitas, digunakan alat statistik uji *glejser* pada aplikasi SPSS dengan melihat nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila nilai signifikan < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel *independent* (X1,X2,X3,...,X4) dengan variabel *dependent* (Y) (Priyatno, 2010:61). Bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$Y = a + b1X_1 + b2X_2 + e$, dimana:

Y = Variabel Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b1,b2 = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel Kualitas Produk

X_2 = Variabel Kualitas Layanan

e = Eror

d. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X1,X2,X3,...,X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai t hitung > t tabel, maka H0 ditolak (Priyatno, 2010:69). Nilai signifikansi yang digunakan adalah sebesar 0,05 sebagai tingkat toleransi kesalahan yang banyak digunakan dalam sebuah penelitian.

2. Uji F

Uji F pada digunakan untuk melihat nilai signifikansi dari semua variabel bebas yang dimasukan kedalam model penelitian apakah mempunyai pengaruh yang simultan atau tidak terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013: 98). Nilai signifikansi yang digunakan adalah sebesar 0,05 sebagai tingkat toleransi kesalahan yang banyak digunakan dalam sebuah penelitian. Uji F dinyatakan secara simultan mempengaruhi atau secara simultan tidak mempengaruhi apabila :

1. Nilai signifikansi < 0,05, artinya variabel *independent* secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel *dependent*.
2. Nilai signifikansi > 0,05, artinya variabel *independent* secara simultan atau bersama-sama tidak mempengaruhi variabel *dependent*.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan *variance* dari variabel terikat (Ghozali, 2013: 97). Hal ini dapat dilihat melalui tabel *Model Summary* SPSS dengan melihat nilai *Adjusted R Square*. Nilai (R^2) adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil (dari 0 hingga 0,5) artinya, kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat tidak terlalu kuat dan jika nilai R^2 mendekati satu, berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

9. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*).

a. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) = Variabel Y

Adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010: 59). Variabel ini merupakan variabel yang menjadi perhatiaan utama dalam sebuah pengamatan (Kuncoro, 2011: 50). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan.

b. Variabel Bebas (*Independent Variable*) = Variabel X

Adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2010: 59). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Kualitas Layanan.

F. Definisi Operasional Variabel

a. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:354) Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, meliputi daya taham, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Dalam pengembangan suatu produk, perusahaan harus memilih tingkat kualitas yang akan mendukung posisi produk dipasar sasaran. Indikator Kualitas Produk menurut Tjiptono (2008:116), yaitu:

1. Kinerja *(Performance)* adalah karakter operasi produk dari produk inti dan dapat didefinisikan sebagai tampilan dari sebuah produk sesungguhnya. Pada restoran kinerja bisa dinilai dari cita rasa makanan tersebut.
2. Keandalan *(Reliability)* adalah tingkat keandalan suatu produk atau konsistensi keandalan sebuah produk didalam proses operasionalnya dimata konsumen. Pada restoran keandalan bisa dinilai dari penyajian makanan yang menarik dan berbau sedap.
3. Keistimewaan tambahan *(Features)* adalah karakteristik sekunder atau pelengkap dan dapat didefinisikan sebagai tingkat kelengkapan atribut-atribut yang ada pada sebuah produk. Pada restoran keistimewaan tambahannya yaitu seperti menu dan sambal yang bervariasi.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi *(Conformance of Specification)* yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Restoran mampu menyajikan makanan yang sesuai dengan selera konsumen.
5. Daya tahan *(Durability)* merupakan suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal yang berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Indikator ini tidak digunakan karena produk makanan dan minuman tidak dapat bertahan lama.

6. Kemudahan perbaikan *(Serviceability)* merupakan suatu ukuran kemudahan memperbaiki suatu produk yang rusak atau gagal meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan. Indikator ini tidak digunakan karena tidak sesuai digunakan di bidang kuliner.
7. Estetika *(Aesthetics)* yaitu daya tarik produk yang berhubungan dengan bagaimana penampilan produk, seperti desain, warna atau bentuk.
8. Persepsi kualitas *(Perceived Quality)* merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atas keunggulan suatu produk yang ditawarkan perusahaan.

b. Kualitas Layanan

Wijaya (2011) dalam Umboh dan Mandey (2014: 656) kualitas layanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Indikator Kualitas Layanan menurut Tjiptono (2008:68), adalah:

1. *Tangibles* (Berwujud) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (Kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat, terpercaya dan memuaskan.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan serta dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (Jaminan) meliputi pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan.
5. *Empathy* (Empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan besifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami kebutuhan pelanggan.

c. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Armstrong (2009:144) Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan terhadap kinerja dari suatu produk atau jasa yang dirasakan dan diharapkannya. Menurut Tjiptono (2008:168) Indikator Pengukuran Kepuasan Pelanggan dapat diukur dengan beberapa dimensi yaitu:

1. Kesesuaian harapan

   Pelanggan merasa senang setelah melakukan pembelian karena mendapatkan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan dengan yang dirasakan.

2. Minat berkunjung kembali

   Pelanggan bersedia datang kembalidan selalu melakukan pembelian ulang terhadap produk maupun layanan terkait.

3. Pilihan berbelanja yang tepat

   Pelanggan merasa suka atas pelayanan yang telah diberikan dan dapat diterima pelanggan.

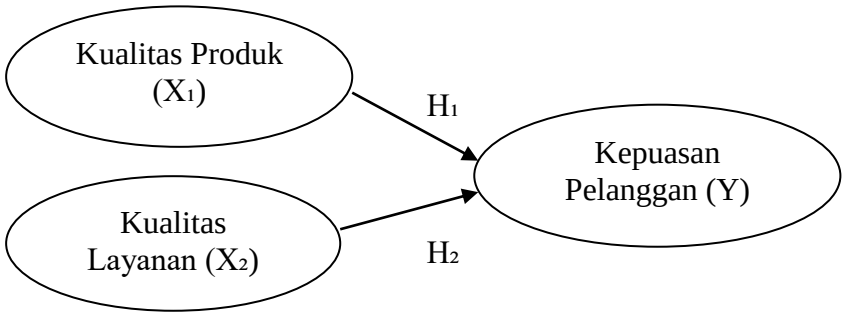
4. Ketersediaan merekomendasikan

   Pelanggan yang telah membeli produk ditoko dan merasakan layanan yang tepat akan menyarankan kepada orang lain seperti teman dan keluarga untuk membeli produk ditoko tersebut.

G. Model Konseptual

Gambar 1.1

Model Konseptual



Sumber: dikutip dari Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Tahun 6, No.1 (Maria dan Ansori:2013)

H. Hipotesis

Dari model konseptual pada gambar 1.1, adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Restoran Bebek Goreng Harissa Palembang.

H_2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Restoran Bebek Goreng Harissa Palembang.

I. Sistematika Penulisan

Agar dapat menemukan gambaran secara sistematis dan terstruktur dalam penulisan penelitian ini, maka akan peneliti uraikan dalam lima bab. Dalam setiap bab dibagi-bagi lagi menjadi sub-bab. Tingkatan dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, instrumen penelitian, definisi operasional variabel, kerangka konseptual, hipotesis dan sistematika penulisan serta penelitian terdahulu.

BAB. II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memaparkan tetang teori-teori yang melandasi penelitian ini, mulai dari pemasaran dan manajemen pemasaran, produk, kualitas produk, jasa layanan, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

BAB. III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum restoran Bebek Goreng Harissa Palembang yang berupa sejarah, visi, dan misi serta struktur organisasi restoran dan pembagian tugas masing-masing karyawan restoran.

BAB. IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan tentang hasil pengolahan penelitian berupa analisis identitas responden, analisis deskriptif, uji instrumen yaitu uji validitas dan uji realibilitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis yaitu uji t, uji F dan koefisien determinasi serta pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB. V : SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan disajikan simpulan dari hasil penelitian serta saran atau masukan kepada semua pihak yang bersangkutan dan bagi peneliti selanjutnya.

J. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.4
Penelitian Terdahulu mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Nama (tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Umboh dan Mandey (2014)	Analisis Kualitas Jasa Layanan pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Teling.	**Variabel X** = Kualitas Jasa **Variabel Y** = Kepuasan Nasabah pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Teling.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *tangible*, *reiability* dan *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan dimensi *responsiveness* dan *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
Shandy Widjoyo, dkk (2014)	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya	**Variabel X** = Kualitas Layanan (X) **Variabel Y** = Kepuasan Pelanggan (Y_1) dan Loyalitas Kosumen (Y_2) pada Restoran Happy Garden Surabaya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara empiris kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang, secara empiris kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli ulang. Terbukti secara empiris kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli ulang.
Maria dan Anshori (2013)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen King Cake	**Variabel X =** Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) **Variabel Y=** Kepuasan Konsumen (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen King Cake, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ndaru P dan Sri Yulianto F.P (2012)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Semarang Candi	**Variabel X =** Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) **Variabel Y =** Kepuasan Konsumen (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk (X1) 65,1% terhadap kepuasan konsumen, ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan (X2) 31,6% terhadap kepuasan konsumen, dan pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 80,9% sedangkan sisanya 19,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti variabel lokasi, harga dan lainnya.