



Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Seblak Radja Sidodadi Sidoarjo

Widya Inayatul Umah

STIE IBMT Surabaya

Email : inayatulwidya@gmail.com

Iswati

STIE IBMT Surabaya

Email : iswatiibmt@gmail.com

Jl. Raya kupang baru No.8, Sonokwijenan, Kec. Sukomanunggal, Surabaya

Abstract. *This research was conducted in order to determine the effect of taste (X1) product quality (X2) service quality (X3) on customer satisfaction (Y), in seblak radja. This study uses quantitative research methods with a sample of 100 respondents. The population of respondents are consumers of seblak radja in Sidoarjo. In analyzing the data used validation test, reliability test, t test, f test and coefficient of determination test. The results of this study show that taste, product quality and service quality simultaneously affect customer satisfaction. This means that the better the taste, product quality and service will further increase customer satisfaction at Seblak Radja Sidodadi Sidoarjo.*

Keywords: *Taste, Product Quality, Service Quality And Customer Satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan guna untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa (X1) Kualitas produk (X2) Kualitas pelayanan (X3) Terhadap kepuasan pelanggan (Y), di seblak radja . Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sampel 100 responden. Populasi responden merupakan konsumen seblak radja yang ada di sidoarjo. Didalam menganalisis data digunakan uji validasi, uji realibiti, uji t , uji f dan uji kovesien determinasi. Hasil penelian ini menunjukkan Cita rasa, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara silmutan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik cita rasa, kualitas produk dan pelayanan akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan Seblak Radja sidodadi sidoarjo.

Kata Kunci: Cita Rasa, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan.

LATAR BELAKANG

Penelitian dilakukan pada konsumen Seblak Radja yang berada di Kota Sidoarjo. hasil observasi awal menemukan bahwa tak sedikit masyarakat Sidoarjo yang lebih banyak menghabiskan waktunya diluar. Adapun berbagai kegiatan yang mereka lakukan seperti halnya sekedar bermain atau pun berkumpul, bersekolah, kuliah bahkan bekerja. Adanya perubahan gaya hidup serta mobilitas yang semakin tinggi menjadikan masyarakat lebih menyukai makanan yang praktis tetapi pula memiliki kandungan gizi yang cukup untuk menjaga kesehatannya. masyarakat pula menginginkan nilai yang lebih dari makanan seperti halnya rasanya, harganya, bahkan suasana dalam rumah makan tersebut. Beberapa keuntungan yang diberikan kepada konsumen ini akan menjadikan masyarakat memiliki kecenderungan untuk memutuskan atau memilih mengkonsumsi makanan pada luar rumah sehingga ini menjadi sebab munculnya banyak usaha yang bergerak dalam bidang kuliner salah satunya yaitu Seblak Radja Sidodadi Sidoarjo. Berdasarkan latar belakang tersebut

penulis bermaksud melakukan penelitian dengan mengambil judul “ **Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Seblak Radja Sidodadi Sidoarjo** “

KAJIAN TEORITIS

Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 3 sampai dengan 500. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya pria/wanita, pegawai negri/swasta, dan lain sebagainya) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30. Bila dalam penelitian akan melakukan analisa dengan multivarlate (koreksi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 3 variabel independen + 1 variabel yang digunakan = 40 sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode acidental sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan responden yang ditemui di lapangan. Sampel dalam penelitian ini adalah orang yang berkunjung di Seblak Radja Sidodadi Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

a. Uji Persial (t)

1. Jika signifikan $t \leq 0,05$ dan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y).
2. Jika signifikan $t \geq 0,05$ dan $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y).

b. Uji (F)

1. Jika signifikan $F < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan hipotesis alternative diterima. Hal ini berarti, secara simultan dan pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y).
2. Jika signifikan $F > 0,05$ dan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti, secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Regresi Linier berganda

- 1) Jika signifikan $t \leq 0,05$ dan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y).
- 2) Jika signifikan $t \geq 0,05$ dan $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y).
- 3) Persentase Jawaban Responden Variabel Cita Rasa dapat diketahui bahwa nilai dan jawaban responden pada tiap indikator variabel cita rasa mayoritas memberikan jawaban sangat setuju(SS) Poin sebesar 4. Berdasarkan tabel 4.4 juga dapat diketahui jawaban responden mengenai variabel cita rasa melalui 5 indikator dengan persentase yang paling besar 78% dimana lebih dari 50% memberikan jawaban sangat setuju artinya cita rasa sudah sesuai. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa cita rasa yang meliputi aroma, rasa sangat penting dalam membentuk cita rasa.
- 4) Persentase Jawaban Responden Kualitas produk diketahui bahwa nilai dan jawaban responden pada tiap indikator variabel cita rasa mayoritas memberikan jawaban sangat setuju(SS) Poin sebesar 78 Berdasarkan tabel 4.5 juga dapat diketahui jawaban responden mengenai variabel cita rasa melalui 5 indikator dengan persentase yang paling besar 78% dimana lebih dari 50% memberikan jawaban sangat setuju artinya cita rasa sudah sesuai. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa kualitas produk yang meliputi rasa makanan, kualitas bahan baku sangat penting dalam membentuk kualitas produk.
- 5) Presentase jawaban responden Kualitas pelayanan diketahui bahwa nilai dan jawaban responden pada tiap indikator variabel cita rasa mayoritas memberikan jawaban sangat setuju(SS) Poin sebesar 76 Berdasarkan tabel 4.6 juga dapat diketahui jawaban responden mengenai variabel cita rasa melalui 10 indikator dengan persentase yang paling besar 76% dimana lebih dari 50% memberikan jawaban sangat setuju artinya cita rasa sudah sesuai. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi kesesuaian harapan, minat berkunjung, kesediaan merekomendasikan sangat penting dalam membentuk kualitas pelayanan.
- 6) Presentase jawaban responden kepuasan pelanggan diketahui bahwa nilai dan jawaban responden pada tiap indikator variabel kepuasan pelanggan mayoritas memberikan jawaban sangat setuju(SS) Poin sebesar 79 Berdasarkan tabel 4.7 juga dapat diketahui jawaban responden mengenai variabel kepuasan pelanggan melalui 4 indikator dengan

persentase yang paling besar 79% dimana lebih dari 50% memberikan jawaban sangat setuju artinya kepuasan pelanggan sudah sesuai. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang meliputi kepuasan secara keseluruhan dan keinginan berkunjung kembali sangat penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Regresi linier berganda

- a. X1 cita rasa keterangan

t hitung= 2.661

t tabel= 1,984

Dari data di atas terlihat t hitung cita rasa (X1) lebih besar dari t tabel artinya H_0 ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Maka cita rasa X1 berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

- b. X2 kualitas produk keterangan

t hitung= 1,052

t tabel=1,984

Dari data diatas terlihat t hitung kualitas produk (X2) lebih kecil dari t tabel artinya H_0 diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y).

- c. X3 kualitas pelayanan

t hitung= 6,321

t tabel= 1,984

Dari data diatas terlihat t hitung kualitas pelayanan (X3) lebih besar dari t tabel artinya H_0 ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Maka kualitas pelayanan X3 berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian Hipotesis 1

Menunjukkan nilai t hitung untuk variabel Kualitas Produk adalah 2.661 dan nilai signifikannya 0,296 artinya dalam penelitian ini cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di seblak radja sidodadi karena nilai sig 0,296 > 0,05 dan t hitung > t tabel (1,052 > 1,984).

Pengujian Hipotesis 2

Menunjukkan nilai t hitung untuk variabel Harga adalah 1,052 dan nilai signifikannya 0,001 artinya dalam penelitian ini Harga berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan karena nilai sig $0,009 > 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel ($2,237 > 1,984$).

Pengujian Hipotesis 3

Menunjukkan nilai t hitung untuk variabel Harga adalah 6,321 dan nilai signifikannya 0,001 artinya dalam penelitian ini Harga berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan karena nilai sig $0,009 > 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel ($6,321 > 1,984$).

KESIMPULAN

1. Pengujian cita rasa dengan kepuasan pelanggan

Tabel diatas menunjukkan nilai t hitung untuk variabel Kualitas Produk adalah 2.661 dan nilai signifikannya 0,296 artinya dalam penelitian ini cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di seblak radja sidodadi karena nilai sig $0,296 > 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel ($1,052 > 1,984$).

2. Pengujian kualitas produk dengan Kepuasan pelanggan

Tabel diatas menunjukkan nilai t hitung untuk variabel Harga adalah 1,052 dan nilai signifikannya 0,001 artinya dalam penelitian ini Harga berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan karena nilai sig $0,009 > 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel ($2,237 > 1,984$).

3. Pengujian kualitas pelayanan dengan Kepuasan pelanggan

Tabel diatas menunjukkan nilai t hitung untuk variabel Harga adalah 6,321 dan nilai signifikannya 0,001 artinya dalam penelitian ini Harga berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan karena nilai sig $0,009 > 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel ($6,321 > 1,984$).

SARAN

1. Dari angket yang sudah disebarkan beberapa responden tidak terlalu memperhatikan atau mementingkan nilai estetik atau arstitik tatapi mementingkan cita rasa kualitas produk dan pelayanan sehingga pihak seblak radja dapat menyediakan produk yang tidak terlalu mementingkan sisi arstitiknya.
2. Sebagian dari responden mengutamakan kualitas produk dari pada pelayanan oleh sebab itu diharapkan pihak seblak radja dapat menyediakan produk yang berkualitas

3. Seblak radja diharapkan menyediakan berbagai macam produk dengan tingkat kualitas cita rasa yang berbeda-beda sehingga mampu memuaskan keinginan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sudarmanto, E., Purwaningsih, N., Parinduri, L., Kato, I., Sahir, S. H., Yusditara, W., ... & Cahya, H. N. (2022). *Total Quality Management*. Yayasan Kita Menulis.
- Sucipto, W. (2020). *Pengaruh E-Promotion, Daya Tarik Wisata Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Cafe Laut Semare Kecamatan Kraton Pasuruan* (Doctoral Dissertation, Universitas Yudharta).
- Sinta, D., & Fatchur, R. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Jl. Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis*, 6(2), 1-12.
- Sinta, D., & Fatchur, R. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Jl. Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis*, 6(2), 1-12.
- Silalahi, U., & Atif, N. F. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*.
- Shoimah, S., Saputra, R. A. K., Umah, A. N., Sari, D. P. A. N., & Ismawati, I. (2021). Pelatihan Pembuatan Dan Pemasaran Online Nugget Pisang Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Masa Pandemi. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 66-73
- Shabrina, N., Darmadi, D., & Sari, R. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Cv. Muslim Galeri Indonesia. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(2), 164-173.
- Rosmiati, R., Junias, D. T. S., & Munawar, M. (2015). Sikap, Motivasi, Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1), 21-30.
- Prawira, I. Y. (2014). *Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen (Studi Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013)* (Doctoral Dissertation, Brawijaya University).
- Najmushabah, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk Sampo Zinc (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Widyatama Angkatan 2015)* (Doctoral Dissertation, Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi-Bisnis Universitas Widyatama).
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411-427.
- Muhammad, F., Endang Maskan, S., & Bida, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Brotta Suki Dan Bbq-Jakarta Pusat. *Jurna Ikraith*.

- Marsha, F., & Ghozali, I. (2017). Pengaruh Ukuran Komite Audit, Audit Eksternal, Jumlah Rapat Komite Audit, Jumlah Rapat Dewan Komisaris Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2012-2014). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 6(2), 91-102.
- Marsha, F., & Ghozali, I. (2017). Pengaruh Ukuran Komite Audit, Audit Eksternal, Jumlah Rapat Komite Audit, Jumlah Rapat Dewan Komisaris Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2012-2014). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 6(2), 91-102.
- Mariam, K. (2016). Pengaruh Insentif Terhadap Intensi Turnover Para Agen Pt. Aj. Manulife Financial Cabang Bandung (Doctoral Dissertation, Universitas Widyatama).
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437-450.
- Ghifari, A., & Sugandi, M. S. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Series. *Eproceedings Of Management*, 5(2).
- Faoziah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mr. Boy Survei Pada Mahasiswa Intitut Agama Islam Negeri (Iain) Syekh Nurjati Cirebon (Doctoral Dissertation, Perbankan Syariah Iain Syekh Nurjati).
- Faoziah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mr. Boy Survei Pada Mahasiswa Intitut Agama Islam Negeri (Iain) Syekh Nurjati Cirebon (Doctoral Dissertation, Perbankan Syariah Iain Syekh Nurjati).