

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN KARIBIA SEAFOOD MEDAN**

**Dinda Syahri**

Universitas Negeri Medan  
dindsyhr\_@mhs.unimed.ac.id

**M.Iqbal Pratama**

Universitas Negeri Medan  
miqpratama12@gmail.com

**Yesy Gustiara**

Universitas Negeri Medan  
yesygustiara@gmail.com

## ***Abstract***

A business that is growing very rapidly is a food business or known as culinary, one of the culinary places is a restaurant. A restaurant is an effort to provide food and beverage services equipped with equipment and equipment for the process of making, storing and serving in a fixed place that does not move. To give satisfaction to consumers, companies must be able to sell goods or services with the best quality at a reasonable price in accordance with what is obtained. The company also carries out strategies to shape customer satisfaction by providing quality services. With good quality will encourage consumers to establish good relations with companies such as the Caribbean Seafood restaurant Medan. This study aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction Caribbean Seafood Medan restaurants. This research method uses descriptive quantitative methods. The study population was 35 Caribbean Seafood Medan consumers. The results of this study indicate that customer satisfaction occurs due to a positive and significant influence on the two independent variables tested, namely product quality and service quality to customer satisfaction through t test and F test, while the R Square number shows 96.6% is a variation of satisfaction consumers of the Caribbean Seafood Medan restaurant which can be explained by the two independent variables, the rest explained by other factors outside of this study.

***Keywords:*** Consumer Satisfaction, Service, Products, Karibia Restaurants

## ***Abstrak***

Bisnis yang berkembang sangat pesat adalah bisnis makanan atau dikenal dengan istilah kuliner, Salah satu tempat kuliner yaitu restoran. Restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah. Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Perusahaan juga melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang

baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan seperti restoran Karibia Seafood Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran Karibia Seafood Medan. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen Karibia Seafood Medan sebanyak 35 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terjadi akibat adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap dua variabel independent yang diuji yaitu kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen melalui uji t dan uji F, sedangkan angka R Square sebesar menunjukkan 96,6% adalah variasi kepuasan konsumen restoran Karibia Seafood Medan yang dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut, dimana sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kepuasan konsumen, pelayanan, produk, restoran Karibia

### **Pendahuluan**

Bisnis yang berkembang sangat pesat adalah bisnis makanan atau dikenal dengan istilah kuliner. Data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia mencatat, subsektor kuliner berkontribusi 41,4 persen dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp 922 triliun pada 2016. Jumlah tersebut merupakan yang paling tinggi dibandingkan 16 subsektor lain di Bekraf RI. Kuliner merupakan salah satu penopang di industri kreatif. Dari unit 8,2 juta unit industri kreatif, 68 persen bergerak di industri kuliner (Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan Bekraf RI AR Boy Berawi).

Salah satu tempat kuliner yaitu restoran. Restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba (Permen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.11 Tahun 2014). Restoran berkembang pesat akibat dari perubahan gaya hidup, dimana gaya hidup saat ini menuntut individu untuk banyak melakukan kegiatan di luar rumah. Hal ini menyebabkan masyarakat saat ini tidak mempunyai cukup banyak waktu untuk memasak makanan sendiri di rumah. Hal inilah yang mendorong pertumbuhan restoran sebagai penyedia kebutuhan makan di luar rumah. Restoran tidak hanya sekedar menawarkan makanan, tapi lebih jauh berkembang ke arah pencarian suasana makan yang nyaman, cita rasa yang berbeda atau bahkan tempat berekreasi.

Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan berkembangnya jumlah restoran yang menyajikan kuliner dengan konsep yang unik dan menarik maka terjadi pula suatu persaingan antar restoran. Untuk menghadapi persaingan tersebut, maka restoran akan berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas produk. Hal ini disebabkan oleh persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama (Tjiptono, 2004:24).

Setiap orang dalam dunia industri mempunyai konsumen yang harus dipuaskan. Ini yang pertama-tama harus disadari setiap pelaku bisnis. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan konsumen sepenuhnya dapat dibedakan pada tiga taraf, yaitu memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar konsumen, memenuhi harapan konsumen dengan cara yang dapat membuat mereka akan kembali lagi dan melakukan lebih daripada apa yang diharapkan konsumen.

Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Perusahaan juga melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Karibia Seafood Medan,

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai bahan informasi yang positif untuk di jadikan bahan pertimbangan dan perbaikan pengelola Karibia Seafood Medan untuk kelancaran usaha di bidang kuliner.

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama atau dengan kata lain pelanggan setia. Sebaliknya jika pelanggan tidak puas dengan nilai yang diberikan oleh produk dan jasa maka pelanggan tersebut akan merasa kecewa, kecil maupun tidak ada kemungkinannya untuk menjadi pelanggan dalam waktu lama. Kepuasan konsumen juga didefinisikan menurut Kotler dan Armstrong (2001:9): Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Ada lima faktor dalam menentukan kepuasan konsumen menurut Lupyoadi (2001) yaitu:

1. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self-esteem yang membuat konsumen merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
5. Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Menurut Kotler yang dikutip dari Buku *Total Quality Management* ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan konsumen, diantaranya (Tjiptono, 2003:104): (1) Sistem keluhan dan saran,

organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan terhadap nilai produk dan jasa yang diberikan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. (2) Ghost shopping, salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan. (3) Lost customer analysis, perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya. (4) Survei kepuasan pelanggan, umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Menurut Wells dan Prenskey (1996) Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan suatu sikap konsumen terhadap suatu produk dan jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen berdasarkan pengalaman konsumen setelah menggunakan sebuah produk dan dan jasa. Konsumen akan merasa puas, jika pelayanan yang diberikan dari produk dan jasa menyenangkan hati para konsumen, demikian pula sebaliknya, konsumen yang tidak puas biasanya melakukan pengembalian prosuk atau bahkan komplain kepada perusahaan.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Fandy Djiptono (2005: 2) beberapa definisi kualitas yang sering dijumpai antara lain kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat,

melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal dan sesuatu yang membahagiakan pelanggan/konsumen. Deming yang dikutip Zulian Yamit (2010: 7) menyatakan “kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen”.

Fandy Tjiptono (2005: 23) jasa (service) merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut Kotler yang dikutip Toni Wijaya (2011: 150) “jasa atau pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”.

Nasution (2004: 47) menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1998) yang dikutip oleh Nasution (2004: 47) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan.

Dalam dunia bisnis, bukan hanya produk atau jasa saja yang diperhatikan. Dalam hal berbisnis kualitas pelayanan harus bisa diperhatikan juga. Karena kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan konsumen agar konsumen tidak kecewa dan merasa puas terhadap produk atau jasa yang diberikan. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka.

Menurut Nasution (2004: 49). “Pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan”. Secara garis besar menyatakan ada 4 unsur pokok dalam konsep kualitas, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Pelayanan dikatakan baik, menurut Nasution (2004: 49) menyatakan; Apabila setiap karyawannya harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan yang baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan semangat kerja dan sikap selalu siap untuk melayani pelanggan, mampu berkomunikasi dengan baik, secara memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan

Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan menurut Tjiptono, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Ketepatan waktu pelayanan, termasuk didalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran.
2. Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi.
3. Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan.
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.
5. Kenyaman konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya.

### **Kualitas Produk**

Tjiptono (2008: 98) mengungkapkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut Fandy Tjiptono (2008) ada 8 dimensi kualitas produk yaitu:

1. *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi dan produk inti (core product) yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet, produk yang awet akan dipersepsikan lebih berkualitas dibanding produk yang cepat habis atau cepat diganti.
3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu kesesuaian yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya pengawasan kualitas

dan desain, Standar karakteristik operasional adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk. Ini semacam “janji” yang harus dipenuhi oleh produk. Produk yang memiliki kualitas dari dimensi ini berarti sesuai dengan standarnya.

4. *Features* (fitur), merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Fitur bisa meningkatkan kualitas produk jika kompetitor tidak memiliki fitur tersebut.
5. *Reliability* (reabilitas) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional kesesuaian dengan spesifikasi.
6. *Aesthetics* (estetika) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalkan bentuk fisik, model atau desain yang artistik, warna dan sebagainya.
7. *Perceived quality* (kesan kualitas) yaitu persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya.
8. *Serviceability*, yaitu kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan diperbaiki: mudah, cepat, dan kompeten. Produk yang mampu diperbaiki tentu kualitasnya lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang tidak atau sulit diperbaiki.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di restoran Karibia Seafood Jalan MayJen D.I Panjaitan No.153, Babura, Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara. Subyek penelitian ini adalah populasi konsumen Karibia Seafood Medan sebanyak 35 orang. Ukuran sampel penelitian ditentukan dengan tabel *Issac* dan *Michael* dengan taraf signifikan 5% yaitu sebanyak 32 orang dan pengambilan sampel menggunakan teknik *insidental sampling* yang merupakan pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memilih sampel yang secara kebetulan ditemui saja (Endang Mulyatiningsih, 2013: 12).

### **Variabel Penelitian**



Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen (bebeas) dan satu variabel dependen (terikat). Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah

1. Sebagai variabel bebas (X1: Kualitas Pelayanan)
2. Sebagai variabel bebas (X2: Kualitas Produk)
3. Sebagai variabel terikat (Y: Kepuasan Konsumen)

### **Desain Penelitian**

Desain penelitian ini adalah survey. Data penelitian yang dibutuhkan adalah data primer dalam bentuk persepsi responden (subjek) penelitian. Pengambilan data menggunakan survey langsung dan instrumen yang digunakan adalah kuesioner (angket).

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah suatu cara yang dipergunakan untuk mengolah data agar dapat dihasilkan suatu kesimpulan yang tepat yaitu analisis linier berganda. Pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistik. Informasi yang diperoleh di lapangan kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk angka-angka dan kemudian diinterpretasikan ke dalam bentuk kalimat sehingga hasil penelitian dapat dibacakan dan diketahui hasilnya lebih mendalam dan terperinci.

### **Hasil Penelitian**

1. Uji Instrumen

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliable untuk dijadikan sebagai alat untuk meneliti pengaruh penerapan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik telah dilakukan, dan dari hasil uji statistik memenuhi syarat untuk dilanjutkan analisis regresi linear berganda.

3. Analisis Regresi Berganda

Pengujian statistik dengan alat analisis regresi linier berganda dengan SPSS versi 23 dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Karibia Seafood Medan. Adapun ikhtisar output penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Correlations**

		Kualitas Produk	Kualitas Layanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	,948**	,934**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	32	32	32
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	,948**	1	,983**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	32	32	32
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,934**	,983**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	32	32	32

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,097	1,519		2,039	,051					
Kualitas Produk	,019	,088	,023	,214	,832	,934	,040	,007	,102	9,831
Kualitas Layanan	,904	,101	,961	8,989	,000	,983	,858	,307	,102	9,831

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin - Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,983 <sup>a</sup>	,966	,964	,93024	,966	415,313	2	29	,000	2,429

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

**Uji t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,097	1,519		2,039	,051
	Kualitas Produk	,019	,088	,023	,214	,832
	Kualitas Layanan	,904	,101	,961	8,989	,000

**Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	718,780	2	359,390	415,313	,000 <sup>b</sup>
	Residual	25,095	29	,865		
	Total	743,875	31			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Produk

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen restoran Karibia Seafood Medan. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas diperoleh koefisien regresi linier berganda untuk variabel kualitas produk sebesar 0,019 dan kualitas pelayanan sebesar 0,904 dengan konstanta regresi sebesar 3,097 sehingga dapat diuraikan sebagai berikut:
  - a. Konstanta ( $a$ ) = 3,097 artinya adalah jika variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, maka tingkat kepuasan konsumen restoran Karibia Seafood akan tetap ada sebesar 3,097.
  - b. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen dilihat dari koefisien regresi yang diperoleh yaitu sebesar 0,019, artinya jika kualitas produk meningkat sebesar 1% (*ceteris paribus*) maka akan ada kenaikan juga dari kepuasan konsumen restoran Karibia Seafood Medan sebesar 0,019%.
  - c. Begitu pula dengan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dihitung berdasarkan koefisien regresi yang diperoleh yaitu sebesar 0,904 artinya jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 1% (*ceteris paribus*) maka kepuasan konsumen restoran Karibia Seafood Medan juga akan bertambah sebesar 0,904%.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran Karibia Seafood Medan. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan nilai  $F_{hitung}$  415,313 lebih besar dari  $F_{tabel}$  3,33 Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara bersama-sama (*simultan*) ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.
3. Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh angka R Square sebesar 0,966 menunjukkan 96,6% variasi kepuasan konsumen restoran Karibia Seafood Medan yang dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut, dimana sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

### **Pembahasan**

Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari persepsi atas kenyataan dan harapan. Kenyataan berada di bawah harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas. Sebaliknya, juga kenyataan memenuhi harapan, maka konsumen akan

merasa puas. Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang diterimanya, apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk, sedangkan kinerja merupakan persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang bersangkutan (kenyataan). Hasil penelitian ini menggunakan skala likert yang terdiri atas tingkat kenyataan yang diterima oleh konsumen. Pemberian skor terhadap masing-masing butir pernyataan adalah skor 4 untuk jawaban sangat puas, skor 3 untuk jawaban puas, skor 2 untuk jawaban tidak puas, skor 1 untuk jawaban sangat tidak puas.

Dalam upaya mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen restoran Karibia Seafood Medan, maka perlu diketahui bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen restoran. Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dari sebuah aktivitas bisnis, tidak terkecuali restoran Karibia Seafood Medan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan tidak bisa dilepaskan dari diterapkannya kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam sebuah aktivitas bisnis.

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa konstanta ( $a$ ) = 3,097 artinya adalah jika variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, maka tingkat kepuasan konsumen restoran Karibia Seafood akan tetap ada sebesar 3,097 dan mempunyai pengaruh variabel kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen dilihat dari koefisien regresi yang diperoleh yaitu sebesar 0,019. Begitu pula dengan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang diperoleh yaitu sebesar 0,904. Kemudian secara bersama-sama (simultan) ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan nilai  $t$  415,313 lebih besar dari 3,33.

Pengaruh dari kualitas produk pada restoran Karibia Seafood Medan berkaitan dengan cita rasa makanan, bahan makanan, variasi menu, dan porsi hidangan yang menjadi prioritas prestasi yang menunjukkan unsur yang cukup berhasil dilaksanakan oleh restoran Karibia Seafood Medan serta pengakuan responden terhadap pelayanan dilihat dari hasil kuesioner dianggap sangat memuaskan karena pelayanan di Karibia Seafood begitu nyaman, ramah dan cepat menyajikan hidangan atau produk. Oleh karena itu, restoran Karibia Seafood cukup ramai dikunjungi karena pelayanan yang diberikan begitu menonjol tanpa membeda-bedakan konsumen.

Pada hakikatnya, setiap konsumen tentunya menuntut diperlakukan secara sama sesuai dengan pelayanan yang adil, jujur dan keramahan serta dapat dipertanggung jawabkan. agar setiap orang dalam kegiatan bisnis memperoleh sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Sekali saja sebuah bisnis kuliner memiliki pelayanan yang baik terhadap konsumen maka, konsumen akan berpindah kepada yang lain. Faktor pelayanan menjadi sangat penting dalam iklim bisnis saat ini. Ketika pelayanan yang diberikan berkualitas maka akan berumpan-balik, yakni ditemukan bahwa keyakinan konsumen dengan pihak usaha dihargai dengan dukungan dan dorongan mereka atas apa yang telah dilakukan untuk kelangsungan bisnis.

### **Kesimpulan**

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa konstanta ( $a$ ) = 3,097 artinya adalah jika variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, maka tingkat kepuasan konsumen restoran Karibia Seafood akan tetap ada sebesar 3,097 dan mempunyai pengaruh variabel kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen dilihat dari koefisien regresi yang diperoleh yaitu sebesar 0,019. Begitu pula dengan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang diperoleh yaitu sebesar 0,904. Kemudian secara bersama-sama (simultan) ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan nilai 415,313 lebih besar dari 3,33.

Pengaruh dari kualitas produk pada restoran Karibia Seafood Medan berkaitan dengan cita rasa makanan, bahan makanan, variasi menu, dan porsi hidangan cukup berhasil dilaksanakan oleh restoran Karibia Seafood Medan. Hal ini terbukti dari pengakuan responden terhadap kuesioner yang dianggap sangat memuaskan. Selain itu pelayanan yang berkualitas kepada konsumen merupakan salah faktor pembentuk dari kepuasan konsumen restoran Karibia Seafood Medan dan dianggap sebagai prioritas restoran untuk kelangsungan usaha kulinernya.

### **Daftar Pustaka**

Algifari. 2001. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: BPFE UGM.

- Andrian, Nurulita. 2009. *Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Cabang Temanggung*. Skripsi Sarjana . Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Ardhana, Oldy. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan. 2001. *Manajemen Pemasaran, Dasar, konsep, dan Strategi* Jilid pertama, cetakan ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Marsum WA. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta : Andi Offset
- Mulyatiningsih, Endang. 2011. *Riset Terapan Bidang Pendidikan & Teknik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Mulyono, Bayu Hadyanto. 2007. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang)*, Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Volume 4, Nomor 2, Juli.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta
- Supranto. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tiptono, Fandy & Anastasya Diana. 2014. *Pelanggan Puas Tak Cukup*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandi. 1996. *Manajemen Jasa Edisi I*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: penerbitan Andi
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wiwoho, Ardjuno. 2008. *Pengetahuan Tata Hidang*, Jakarta: PT. Erlangga.