KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN C'BEZT FRIED CHICKEN TEGAL BESEAR JEMBER

Oleh :
Dahria
Fakultas Ekonomi Manajemen
Unversitas Muhammadiyah Jember

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 yaitu variabel bebas dan variabel terikat, dimana variabel bebas terdiri dari kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel terikat terdiri dari kepuasan konsumen. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Restoran C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar, sedangkan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember. Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The purpose of the research was to determine the effect of product quality and service quality satisfaction of customers of C'Bezt Fried Chicken in Tegal Besar Jember. The research is used two variable there are independent variable and dependent variable. Variable independent were quality of product and quality of service and dependen variable was satisfaction of customers. The object of the research is the C'Bezt Fried Chicken in Tegal Besar Jember. This research used the method of sample selection of 60 customers. The research of method was used SPSS soft ware. The result of this research was showed that quality of product had positive effect and significant to satisfaction of customers C'Bezt Fried Chicken in Tegal Besar Jember. While quality of service had positive effect and significant to satisfactin of customers C'Bezt Fried Chicken in Tegal Besar Jember. The test is peformeed with an error rate of $\alpha = 0,005$.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

A. PENDAHULUAN

Pada zaman globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing - masing produk dan jasa tersebut. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Tetapi bagi produsen, hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk barang dan jasa yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia usaha.

Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah - ubah, sehingga setiap perusahaan

dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus - menerus. Sehingga terjadi perubahan cara berpikir, termasuk dalam pemasaran dimana yang awalnya pemasaran berwawasan transaksi (*transactional marketing*) berubah menjadi pemasaran berwawasan hubungan (*relationship marketing*). Dimana sebelumnya pemasar hanya mengejar target penjualan, namun sekarang lebih pada menarik pelanggan dan menjaga hubungan dengan pelanggan (Kotler, 2005:11). Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2008).

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor terpenting dalam persaingan pasar di era sekarang ini. Menurut Kotler (2009:138) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diproleh. Sehingga setiap perusahaan berusaha mengoptimalkan segala faktor yang dapat meningkatkan nilai kepuasan konsumen tersebut. Menurut Prasatono (2012) dan Hadyanto (2007) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan. Jadi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan sustu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran. Nurul (2012).

Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakain terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap produk tersebut terpenuhi. Menurut (Handoko, 2008:23) kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka nilai produk tersebut semakin berkualitas dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Prasastono, 2012).

Selain dilihat dari kualitas suatu produk, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhadialan suatu usaha. Hal tersebut sejalan dengan pendapat kualitas pelayanan (Tjibtono, 2005: 43) dimana kualitas pelayanan adalah upayah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Semakin ditingkatkan kualitas pelayanan akan mepengaruhi kepuasan pelanggan (Hadyanto, 2007).

Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar menjadi pasar yang sangat potensial bagi perusahaan untuk memasarkan produk – produknya. Perusahaan dalam negeri maupun perusahaan asing berusaha mendirikan usaha bisnis dan menciptakan jenis produk yang nantinya diyakini akan digemari oleh pelanggan. Hal ini berdampak pada perkembangan dunia bisnis dewasa yang semakin kreatif dan inovatif, Sebagai salah satu bisnis usaha yang mengalami peningkatan yang cukup pesat dan mencerminkan gaya hidup yang modern adalah bidang usaha di bidang penyajian makanan siap saji.

Salah satu perusahaan cepat saji yang cukup terkenal di Indonesia adalah C'Bezt Fried Chicken yang pusatnya sendiri berada di Jakarta. C Bezt Fried Chicken merupakan perusahaan waralaba yang berada di bawah naungan PT. CIPTA ANEKA SELERA. C'Bezt merupakan restoran cepat saji berkonsep COZY and CHEAP yang berkomitmen untuk memberikan kualitas produk dan pelayanan terbaik dengan harga terjangkau serta cita rasa yang berbeda. Saat ini C Bezt Fried Chicken telah mempunyai 80 Store yang tersebar di Jawa Timur, Jawa Tengah, Sulawesi, Bali dan Lombok (NTB). Dengan konsep bisnis waralaba dan kemitraan C'Bezt akan dapat berkembang lebih pesat lagi untuk menjangkau lebih banyak kota di Indonesia. Usaha ini hampir sama dengan KFC, Mc Danold's, Quick Chicken, CFC dan sebagainya sehingga untuk membuka usaha ini harus pintar – pintar menyusun konsep pemasaran dan juga menyurvei tempat sebelum membuka usaha. C'Bezt Fried Chicken sendiri merupakan restoran ayam goreng renyah yang menyediakan ayam goreng dengan kualitas terbaik. Meskipun C'Bezt sendiri merupakan usaha yang baru dibandingkan dengan KFC, Mc Donald's, Quick Chicken, CFC dan sebagainya akan tetapi C'Bezt dari tahun ketahun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Terbukti di Jember sendiri sudah

banyak berdiri cabang restoran C'Bezt, bukan tidak mungkin pada tahun – tahun berikutnya C'Bezt akan menjadi pesaing yang ketat bagi restoran – restoran yang sudah mendunia tersebut.

Makanan ayam goreng yang sudah dikelola secara moderen juga semakin banyak berdiri di berbagai tempat, baik di kota besar maupun kota kecil seperti dikota Jember. Salah satu cabang yang berada di Jember adalah C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar, C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar merupakan usaha yang mengelola, menjual, dan menerima pesanan makanan ayam goreng renyah yang sudah moderen yang punya banyak penggemar, disini peneliti memilih C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember sebagai objek penelitian dikarenakan hasil penjualannya terus fluktuatif dan meningkat. Berikut adalah hasil penjualan rumah makan C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember tahun 2014 dan 2015.

Tabel 1.1

Data Penjualan Rumah Makan C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember Tahun 2014 dan 2015

Bulan	Hasil Penjualan Tahun 2014	Hasil Penjualan Tahun 2015
Januari	Rp 85.600.000,00	Rp 86.400.000,00
Februari	Rp 85.200.000,00	Rp 90.000.000,00
Maret	Rp 86.320.000,00	Rp 84.400.000,00
April	Rp 82.400.000,00	Rp 85.200.000,00
Mei	Rp 82.800.000,00	Rp 86.320.000,00
Juni	Rp 88.000.000,00	Rp 82.400.000,00
Juli	Rp 84.000.000,00	Rp 82.800.000,00
Agustus	Rp 84.000.000,00	Rp 88.000.000,00
September	Rp 88.000.000,00	Rp 84.000.000,00
Oktober	Rp 83.600.000,00	Rp 83.600.000,00
November	Rp 95.200.000,00	Rp 95.200.000,00
Desember	Rp 94.000.000,00	Rp 94.000.000,00
Total	**Rp 1.039.120.000,00**	**Rp 1.042.320.000,00**

Sumber : Rumah Makan C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember

Berdasarkan data penjualan di atas menunjukkan bahwa tingkat penjualan C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember mengalami peningkatan pada tahun

2014 sampai 2015 akan tetapi memiliki rata – rata tinggkat penjualan yang tidak stabil atau mengalami fluktuasi tiap bulannya. Namun dari penjelasan data penjualan di atas masalah yang dihadapi C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember terletak pada persaingan antara restoran yang menawarkan produk yang serupa dengan produk C'Bezr Fried Chicken Tegal Besar Jember. Dan juga terdapat masalah dari segi pelayanan yang dirasakan konsumennya yaitu ketika restoran C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember dalam keadaan ramai atau banyak dikunjungi pelanggan, pelanggan tersebut harus menunggu untuk mendapatkan pelayanan tersebut. Sehingga hal tersebut menimbulkan adanya konsumen yang komplin terhadap karyawan karena merasa kurang puas atas pelayanannya.

Maka dari itu disini peneliti memilih restoran C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember sebagai objek penelitian dikarenakan menurut peneliti restoran C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember sebagai usaha yang selalu ingin memberikan dan memperbaiki diri untuk menjadi perusahaan yang dapat memberikan kepuasan yang terbaik terhadap konsumen dan perusahaan juga ingin mencapai tingkat setara dengan perusahaan makanan dengan menu daging ayam goreng yang sudah terkenal dan berkembang yang ada disekitar kota Jember. Walaupun C'Bezt Fried Chicken tergolong restoran yang letaknya tidak berada di tengah – tengah pusat keramaian kota, melainkan terletak didekat perumahan Tegal Besar, akan tetapi produk tersebut tetap diminati oleh banyak kalangan dan banyak konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil penjualan yang sudah memenuhi target, dimana semakin banyak produk yang terjual, artinya semakin banyak pula konsumen/pelanggan yang puas terhadap produk tersebut. Maka dari itu untuk mengatasi pesatnya persaingan yang dihadapi perusahaan makanan dengan menu daging ayam agar dapat mempertahankan eksistensi dan kualitasnya maka dipandang perlu diadakan penelitian sejauh mana kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen C'Bezt Tegal Besar Jember. Guna memperlancar perkembangan suatu perusahaan rumah makan tersebut kedepannya.

B. METODE PENELITIAN

1. Indentifikasi Variabel

Penelitian ini merupakan penelitian yang ditunjukkan untuk mengidentifikasi fakta atau peristiwa tersebut sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel yang mempengaruhi (variabel independen). Untuk melakukan identifikasi tersebut digunakan konsep penelitian kausal komparatif yaitu tipe penelitian berupa hubungan sebab – akibat antar dua variabel atau lebih. Adapun variabel dalam peelitian ini adalah :

a. Variabel terikat/Dependent variable

Adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti (Ferdinand, 2006:26). Variabel dependent yaitu variabel yang nialainya dipengaruhi oleh variabel independent. Yang dijadikan variabel dependent dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen.

b. Variabel bebas/independent variable

Adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependent, baik yang berpengaruh positif maupun berpengaruh negatif (Ferdinand, 2006:58). Variabel dindependent dalam penelitianini yaitu: kualitas produk dan kualitas pelayanan.

2. Jenis dan Sumber Data

Menurut Kuncoro (2009) jenis dan sumber data dibedakan menjadi 2 yaitu data primer data yang penulisannya diperoleh langsung dari responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang di dapat secara tidak langsung yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakata pengguna data.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan Ferdinand (2002:43). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen/pelanggan C’Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember.

Sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner (angket). Dalam penelitian ini menggunakan daftar pertanyaan bersifat tertutup dimana alternatif jawaban telah disediakan dengan metode interview dan metode kuesioner.

5. Teknik Analisis Data

Analisis kualitatif dilakukan dengan cara editing, memberi tanda /coding, melakukan tabulasi data. Sedangkan analisis kuantitatif yaitu dengan cara uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 4.9 : Hasil Uji Validitas

Kualitas Produk (KPr)		
No	Instrumen	Sig-tailed
1	X1.1	0,000
2	X1.2	0,000
3	X1.3	0,000
4	X1.4	0,000
Kualitas Pelayanan (Kpe)		
No	Instrumen	Sig-tailed
1	X2.1	0,000
2	X2.2	0,000
3	X2.3	0,000
4	X2.4	0,000
Kepuasan Konsumen (Kkos)		
No	Instrumen	Sig-tailed
1	Y.1	0,000
2	Y.2	0,000
3	Y.3	0,000
4	Y.4	0,000

Sumber : Lampiran 5

Dari hasil uji validitas instrumen Tabel 4.9 diperoleh bahwa seluruh intrumen memiliki nilai yang signifikan lebih kecil dari 5% atau 0,05 yaitu sebesar 0,000 artinya setiap butir pertanyaan layak untuk digunanakan (valid) karena persyaratan yang telah terpenuhi.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.10 : Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
1	Kualitas Produk (KPr)	0,769	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (Kpe)	0,768	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen (Kkos)	0,719	Reliabel

Sumber: Lampiran 6

Hasil dari output SPSS menunjukkan bahwa perhitungan dari keseluruhan variabel memberikan hasil *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 dan menurut Ghozali (2009) suatu kontruk (variabel) dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* >0,60. Hasil yang ditampilkan pada tabel 4.10 dapat dinyatakan bahwa variabel atau instrumen adalah reliabel atau handal, ditunjukkan berdasarkan jawaban dari responden terhadap pernyataan yang konsisten atau stabil.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.11 : Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi	*Standart Eror*
1	Konstanta	2,753	1,571
2	Kualiatas Produk	0,609	0,060
3	Kualiatas Pelayanan	0,229	0,064

Sumber : Lampiran 7

$$\mathbf{KKos = \alpha + \beta_1 KPr + \beta_2 KPe + \varepsilon}$$

$$\mathbf{KKos = 2{,}753 + 0{,}609\ KPr + 0{,}229 Kpe}$$

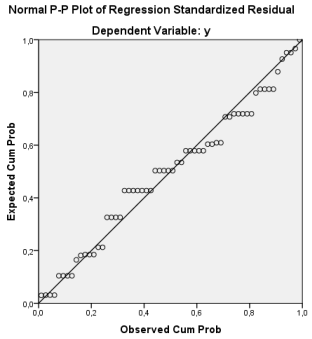
Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

a. Kepuasan Konsumen (KKos) = Variabel Kepuasan Konsumen yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas, dalam hal ini nilainya diprediksi oleh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.
b. Konstanta sebesar 2,753, menunjukkan bahwa pada saat Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan konstan maka nilai Kepuasan Konsumen 2,753.
c. β_1 = 0,609 artinya pada Kualitas Produk (KPr), menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Produk (KPr), maka meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 60,9%.

d. β_2 = 0,229 artinya pada Kualitas Pelayanan (KPe), menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan (KPe), maka meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 22,9%.

e. ε = merupakan nilai residu atau kemungkinan kesalahan dari model persamaan regresi, yang disebabkan karena adanya kemungkinan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen tetapi tidak dimasukkan dalam model persamaan.

4. Uji Normalitas



Gambar 4.3: Grafik *Normal Probability Plot Of Regreession Standarized resedual.*

Setelah dilakukan pengujian ternyata semua data terdistribusi secara normal, penyebaran data berada di sekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas,

5. Uji Multikolinearitas

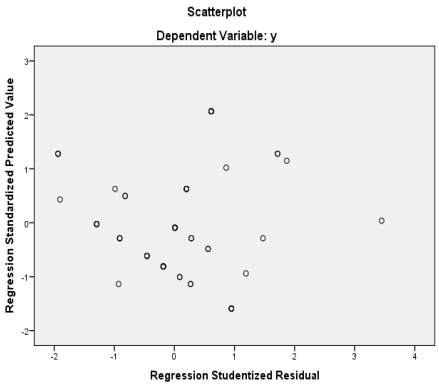
Tabel 4.12 : Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF
1	Kualitas produk (KPr)	0,996	1,004
2	Kualitas pelayanan (KPe)	0,996	1,004

Sumber : Lampiran 7

Dari tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 sedangkan nilai toleransi semua variabel bebas lebih dari 10% yang berarti tidak terjadi kolerasi antar variabel bebas yang nilainya lebih dari 90%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

6. Uji Heterokedastisitas



Gambar 4.4: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil uji heterokedastisitas yang telah dilakukan ternyata titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas pada model regresi yang dibuat, dengan kata lain menerima hipotesis homoskedastisitas.

7. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Tabel 4.13 : Hasil Uji t

No	Variabel	Signifikansi Hitung	Taraf Signifikansi
1	Kualitas produk (KPr)	0,000	0,05
2	Kualitas pelayanan (KPe)	0,001	0,05

Sumber : Lampiran 7

Dari tabel 4.13, diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut :

a. Hasil uji kualitas produk mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima.
b. Hasil uji kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima.

8. Koefisien Determinasi

Tabel 4.14 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

No	Kriteria	Koefisien
1	*R*	0,812
2	*R Square*	0,659
3	*Adjusted R Square*	0,647

Sumber: Lampiran 7

Hasil perhitungan regresi pada tabel 4.14 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh R= 0,812 yang artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada C'Bezt Fried Chiken Tegal Besar Jember mempunyai hubungan positif sebesar 0,812 atau 81,2%.

Sedangkan untuk mengetahui besarnya kemampuan pengaruh variabel bebas yang secara bersama-sama terhadap variabel terikat dapat dilihat tabel 4.13 bahwa *R Square* = 0,659 atau 65,9%. Dengan demikian hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai kemampuan pengaruh sebanyak 65,9% dan sisanya sebanyak 34,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan, seperti variabel Citra Merek dan Harga.

PEMBAHASAN

a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian yang dilakukan menunjukkan, bahwa nilai koefisien variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan, yang berarti secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik kualitas produk yang diberikan akan berdampak pada semakin meningkatnya kepuasan konsumen C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember.

Menurut (Kotler, 2005: 259) Kualitas produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasaruntuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Kualitas produk memiliki peranan penting karena hal pertama yang dinilai oleh konsumen dan menjadi suatu pengalaman yang dapat menarik pelanggan potensial adalah apabila meraka merasa terpuasakan dengan produk tersebut. Dalam hal kualitas produk untuk memenuhi kepuasan

konsumen C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember bisa dipengaruhi oleh produk yang dijual memiliki rasa yang lebih enak, mutu yang bagus dan benar – benar tejaga kebersihananya. Semakin enak produk yang dijual, mutu yang diberikan juga bagus dan segi kebersihannya juga menjamin, maka kepuasan konsumen C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember juga meningkat.

Hasil hipotesi penelitian menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil hipotesis mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prasastono (2012) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Semarang Candi.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian yang dilakukan menunjukkan, bahwa nilai koefisien variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan, yang berarti secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik pelayanan yang diberikan akan berdampak pada semakin meningkatnya kepuasan konsumen C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember.

Menurut (Lupiyadi 2013: 216) Kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh antara perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan menjadi hal terpenting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan Dalam hal kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan konsumen C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember bisa dipengaruhi oleh pelayanan yang dirasakan dan pelayanan yang diharapkan. Semakin bagus pelayanan yang di rasakan dan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen, maka kepuasan konsumen C'Bezt Fried Chicken Yegal Besar Jember juga meningkat.

Hasil hipotesi penelitian menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil hipotesis mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Haryanto dkk (2007) yang

menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Puri Mediterania Semarang.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pengujian secara statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil uji kualitas produk mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik produk akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan konsumen.

Sedangkan hasil uji kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,001 dan lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen yang berarti semakin baik kualitas pelayanan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan konsumen.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka saran yang dapat diberikan kepada C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember dari peneliti yaitu :

1. Bagi Perusahaan
   a. Harus disesuaikan antara kualitas produk maupun kualitas pelayanan yang diberikan C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember demi kepuasan konsumen.
   b. Pertahankan dan tingkatkan mutu serta kualitas dari produk makanan cepat saji C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember, demi mempertahankan konsumen.
   c. Harus ditingkatkan kembali mutu kualitas pelayanan C'Bezt Fried Chicken Tegal Besar Jember demi kenyaman dan kepuasan konsumen.

d. Perluas daerah delivery sehingga menambah jumlah konsumsi pasar dan menarik banyak minat konsumen untuk makan di Restoran C'Bezt Freid Chicken Tega Besar
e. Segera melakukan realisasi rencana peluang usaha dan program untuk menarik konsumsi agara usaha terus bisa berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

Basit Abdul, Srikandi Kumadji, dan Kadarisma Hidayat. 2014. ***Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuaan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Study pada Pelanggan De'Pans Pancake and Waffle Malang)***. JAB,Vol. 11: Hal 1 – 8.

Durianto, D., Sugiarto, dan Sitinjak, T. 2004. ***Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek***. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Ferdinand, Augusty. 2002. ***Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen, Edisi*** 2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Ferdinand, Augusty. ***2006. Metode Penelitian Manajemen.*** BP UNDIP, Semarang.

Ghozali, Imam. 2009. ***Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS***. PB UNDIP, Semarang.

Hadyanto Bayu, Yoestini, Rini Nugraheni, dan Mustofa Kamal. 2007. ***Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terdapap Kepuasan Konsumen (Study pada Perumahan Puri Mediterania Semarang)***. Jurnal Studi Manajemen dan Organisaai, Vol 4, No 2 : 91 -100.

Handoko, T Hani. 2008, ***Manajemen Pemasaran Edisi 2***, BPFE, Yogyakarta.

Kotler, Philip. 2005, ***Manajemen Pemasaran,*** PT. Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, Philip. 2002. ***Perilaku Konsumen***. Jilid 2. Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Killer. 2006. ***Marketing Management,*** Pearson Education Inc.

Kotler, Philip, dan Armstrong, Gary. 2008. ***Prinsip – prinsip pemasaran. Jilid 1***. Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. ***Manajemen Pemasaran***. Edisi 13. Jilid 2. Alih Bahasa : Bob Sabran. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary. Armstrong. 2010. ***Principles Of Marketing.*** Edisi 13. United States Of America : Pearson.

Kuncoro, Madrajat. 2009. ***Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk BISNIS dan Ekonomi (Edisi II)***. AMP YKP, Yogyakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. ***Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek***. Salemba Empat, Jakarta.

Lupiyoadi R. dan A. Hamdani . 2006. ***Manajemen Pemasaran Jasa*** Edisi Kedua. PT. Salemba Empat, Jakarta.

Lupiyadi R. 2013. ***Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)***. PT. Salemba Empat, Jakarta..

Mullins, John W, Orville C Walker. 2005. ***Marketing Management A Strategic Decision,*** fifth edition, New York: McGraw Hill.

Notoatmodjo, Soekidjo. 2005. ***Metodologi Penelitian Kesehatan,*** Rineka Cipta, Jakarta.

Prasastono Ndarul dan Sri Yulianto Fajar Pradapa. 2012. ***Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhdap Kepuasan Konsumen (Study pada Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi).*** Dinamika Kepariwisataan, Vol XI No 2 : Hal 1 -11.

Qomariyah Nurul. 2012. ***Nilai – Nilai Islam Sebagai Variabel Moderating Pengaruh Variabel Kualitas Layanan, Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pelanngan (Study pada SD Muhammadiyah 1 Jember).*** Prosiding Seminar Nasional Initomo : Hal 240

Sembiring Inka Janita., Suharyono., dan Andriani Kusumawati. 2014. ***Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelnggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Study pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang).*** JAB, Vol. 15: No 1 : Hal 1 – 10.

Soekresno. 2000. **Manajemen Food and Beverage Service Hotel.** PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Supranto, J. 2000. ***Statistik Teori dan Aplikasi,*** edisi keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Sugiarto, Endar. 2002. ***Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa***. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyono. 2008. ***Metode Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).*** Alfabeta, Bandung.

Swasta, Basu dan Hani Handoko, 2000. ***Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen,*** BPFE, Yogyakarta.

Swasta, Basu. 2007. ***Analisis Perilaku Konsumen.*** Erlangga, Jakarta.

Tjiptono, 2007. ***Strategi Pemasaran.*** Edisi Pertama. Andi Ofset, Yogyakarta.

Tjibtono, Fandy. 2000***. Strategi Pemasaran.*** Edisi 1. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Widayat & Amirullah, 2002, ***Riset Bisnis.*** Graha Ilmu, Yogyakarta.

Zeithaml, V, A. dan M. J. Bitner. 2009. ***Service Marketing***. Mc Graw-Hill Companies Inc.: 3-287. Singapore.