



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOBER MIE SETAN  
SOEKARNO-HATTA MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Arif Baihaqi

NPM: 21501081353



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN**

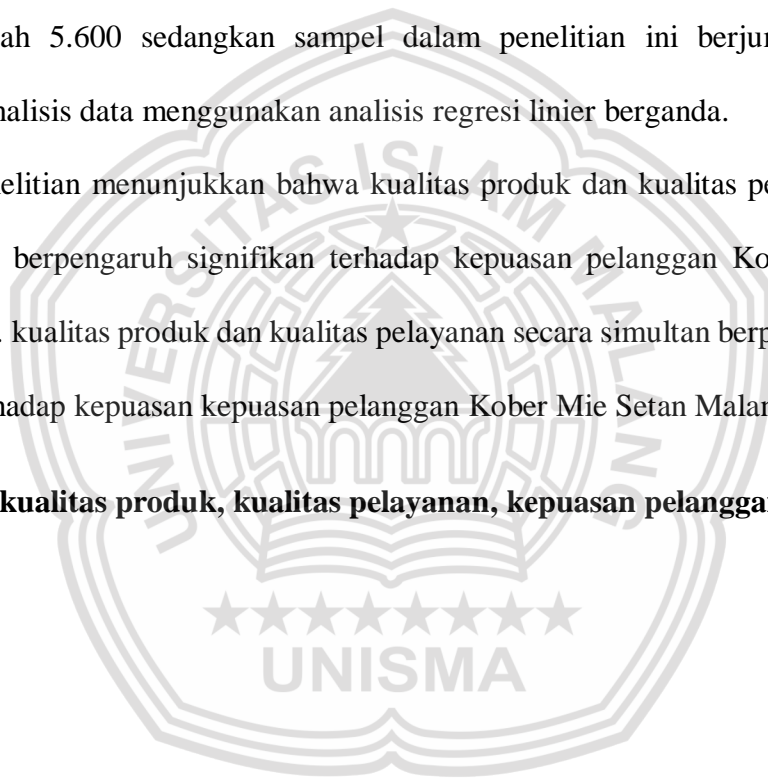
**2020**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Kober Mie Setan Malang. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan kepuasan pelanggan Kober Mie Setan Malang. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan Kober Mie Setan Malang yang berjumlah 5.600 sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 konsumen. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kober Mie Setan Malang. kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kepuasan pelanggan Kober Mie Setan Malang.

**Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.**

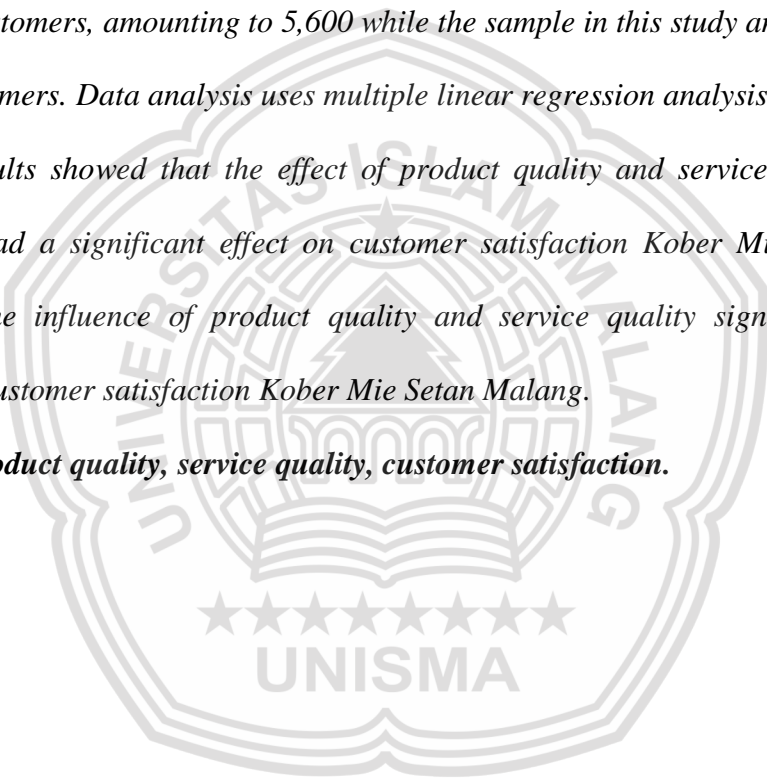


### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality and service quality partially on customer satisfaction Kober Mie Setan Malang. To determine the effect of product quality and service quality simultaneously on customer satisfaction Kober Mie Setan Malang. The population of this study is Kober Mie Malang customers, amounting to 5,600 while the sample in this study amounted to 98 consumers. Data analysis uses multiple linear regression analysis.*

*The results showed that the effect of product quality and service quality partially had a significant effect on customer satisfaction Kober Mie Setan Malang. the influence of product quality and service quality significantly influence customer satisfaction Kober Mie Setan Malang.*

**Keywords:** *product quality, service quality, customer satisfaction.*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini persaingan dunia bisnis, semakin ketat. Hal ini membuat setiap para pelaku usaha untuk dapat memaksimalkan kinerja usahanya agar mampu bersaing dengan para pesaingnya. Para pelaku usaha harus mampu memahami dan mengerti kebutuhan dan keinginan konsumennya. Oleh karena itu, para pelaku bisnis diwajibkan mempunyai strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis dan menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Pada saat ini bisnis yang berkembang pesat dalam persaingan adalah bisnis di bidang kuliner. Salah satu kuliner yang berkembang pesat pada saat ini yaitu jenis makanan pedas. Makanan pedas sendiri merupakan makanan yang digemari masyarakat Indonesia, terutama di kalangan remaja. Oleh sebab itu, dengan ditandai banyaknya bisnis usaha di bidang kuliner/makanan pedas yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama. Maka dari itu, para pelaku usaha di bidang kuliner dituntut untuk menciptakan strategi- strategi yang baik dan tepat agar dapat menarik para pelanggan untuk lebih memilih produknya dibandingkan produk para pesaing.

Kualitas produk menjadi salah satu faktor penentu para pelaku usaha, terutama bisnis kuliner, dalam menciptakan kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Kualitas produk adalah

kemampuan produk untuk melakukan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaannya. Kualitas produk mencerminkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan para pelanggan (Kotler dan Amstrong, 2008: 273).

Bagi para pelaku usaha, khususnya yang bergerak dalam bidang kuliner, kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing suatu usaha. Menurut Lovelock (2010: 154) kualitas pelayanan adalah sesuatu yang dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan secara konsisten. Harapan pelanggan sebelum membeli produk yaitu untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya Tarik tersendiri bagi pelanggan. Kualitas pelayanan juga berdampak pada terjadinya pembelian ulang para pelanggan yang nantinya akan meningkatkan penjualan produk.

Kepuasan pelanggan menjadi suatu wajib untuk diperhatikan oleh setiap para pelaku usaha khususnya bidang kuliner dalam menjalankan kegiatan usahanya. Pada saat ini banyak para pelaku usaha yang bergerak dibidang kuliner semakin memahami arti pentingnya kepuasan pelanggan dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi para pelanggannya. Menurut Mowen dan Minor (2002:89) kepuasan pelanggan yaitu suatu sikap yang ditunjukkan oleh para pelanggan dengan memberikan penilaian setelah memperoleh pelayanan serta mengkonsumsi produk tersebut. Persaingan yang sangat ketat memaksa setiap para pelaku usaha saling bersaing dalam memberikan

kepuasan kepada para pelanggannya. Sedangkan menurut Sudarsito (2004:3) “Kepuasan pelanggan adalah penilaian para pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.” Kepuasan pelanggan merupakan anggapan pelanggan bahwa dengan menggunakan produk tertentu maka harapannya telah terpenuhi.

Di kota Malang ada banyak pelaku usaha di bidang kuliner. Salah satunya adalah Kober Mie Setan yang menawarkan produk mie pedas dengan tingkat level kepedasan yang berbeda-beda. Kober Mie Setan sendiri terletak di Jalan Soekarna Hatta No.1-2, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. dengan daya tariknya yang terletak pada nama makanan olahannya yang dikaitkan nama-nama mistis di Indonesia. Kober adalah singkatan dari kelompok bermain alasan pemilihan nama tersebut dikarenakan pemilik ingin restorannya menjadi tempat berkumpulnya para komunitas. Kober Mie Setan Memiliki cabang di beberapa kota di Indonesia yaitu Malang, Surabaya, Gresik, Jember dan Bali.

Kober mie setan Menyuguhkan mie dengan rasa yang tak diragukan lagi pedasnya membuat mie setan hampir tak pernah sepi pengunjung. Rasa dan olahan mie yang khas adalah daya tarik mie setan yang sulit untuk ditolak. Selain menyediakan mie dengan rasa yang pedas, mie setan juga menyediakan makanan selain mie seperti gimsum dll serta minuman dengan nama macam-macam setan khas indonesia seperti tuyul, pocong, sundel bolong, genderuwo dan lainnya.



Berdasarkan fenomena yang terjadi di Kober Mie Setan bahwa konsumen merasa kualitas produk yang disediakan oleh Kober Mie Setan masih biasa-biasa saja. Sebagian pelanggan mengeluhkan rasa makanan yang disajikan oleh Kober Mie Setan masih kurang pas dengan tampilannya. Selain itu, ada pula pelanggan yang merasa bahwa rasa makanan yang disajikan terkadang masih berubah-ubah antara lain hambar, dan lain sebagainya.

Pelayanan yang diberikan oleh Kober Mie Setan belum maksimal. Sebagian pelanggan mengeluhkan kecepatan pelayan di Kober Mie Setan dalam mengantarkan pesanan ke pelanggan. Pelayan lama dalam menyajikan makanan yang dipesan oleh pelanggan. Hal ini menyebabkan pelanggan hanya menghabiskan waktu untuk menunggu. Pelayanan kasirnya juga kurang memuaskan yang mengakibatkan timbul kekecewaan bagi sebagian pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, hal inilah yang mendasari ketertarikan untuk mengangkat ke dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus PadaPelanggan Kober Mie Setan Soekarno-Hatta Malang)”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.2.1 Apakah kualitas produk dan kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Kober Mie Setan Malang?

1.2.2 Apakah kualitas produk dan kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Kober Mie Setan Malang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka tujuan masalah yang hendak dicapai adalah:

1.3.1 Untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Kober Mie Setan Malang.

1.3.2 Untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Kober Mie Setan Malang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi pihak perusahaan, peneliti dan masyarakat. Adapun dan manfaat yang didapatkan dari dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Bagi pengembangan IPTEK

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan pada umumnya dan pengetahuan tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

1.4.2 Bagi pihak yang diteliti



Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Kober Mie Setan Soekarno Hatta Malang untuk mempelajari sejauh mana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga berguna bagi Kober Mie Setan Soekarno Hatta Malang sebagai bahan kajian dan pertimbangan untuk menentukan kebijakan perusahaan dan merancang serta mengembangkan strategi bisnis.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 5.2 Keterbatasan penelitian

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya meneliti satu outlet. Sedangkan outlet Kober Mie Setan masih ada banyak di kota Malang, sehingga kurang mengakomodir.
2. Sampel penelitian hanya 98 responden sehingga kurang mengakomodir konsumen dari Kober Mie Setan.
3. Penelitian ini hanya mengambil dua variabel bebas yang di antaranya kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan masih banyak variabel lain yang secara teori juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

#### 5.3 Saran

Beberapa keterbatasan dapat mempengaruhi hasil penelitian dan dapat dijadikan bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya. Beberapa saran dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

Adapun jawaban terendah dari responden terkait item pertanyaan dari masing-masing variabel yang harus diperhatikan lagi oleh Kober Mie Setan sebagai berikut:

a. Variabel kualitas produk

Terkait item pernyataan tentang Kober Mie Setan bisa bertahan selama 24 jam. Artinya Kober Mie Setan harus lebih memperhatikan keawetan dari produk.

b. Variabel kualitas pelayanan

Terkait item pernyataan tentang pelanggan tidak terlalu lama menerima menu yang dipesan. Artinya Kober Mie Setan harus lebih memperhatikan waktu penyajian agar lebih cepat lagi.

c. Variabel kepuasan pelanggan

Terkait item pernyataan tentang pelanggan merasa puas setiap membeli produk Kober Mie Setan. Artinya Kober Mie Setan harus lebih memperhatikan produk serta pelayanan setiap pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian tentang kepuasan pelanggan diharapkan untuk menggunakan variabel lain yang secara teori juga bisa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan perlu diperhatikan oleh setiap bidang usaha.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ghozali, Imam. 2005, Aplikasi *Analisis Multivariate* dengan program IBM SPSS 19. (Edisi kelima) Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Chirstopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry (2010), pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi, Erlangga.
- Mowen dan Minor (2002). Kepuasan konsumen (consumer satisfaction), Jakarta. Elangga.
- (Setyo, Jurnal Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen, 2016)
- (Maria & Anshori, Jurnal Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen, 2013)
- (Windarti, Jurnal Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, 2017)
- Mowen, John, C dan Michael Minor. (2002). Perilaku Konsumen. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Terjemahan: Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan McCarthy. (2008). Alih bahasa: Angelica dan Cahyani. Pemasaran Dasar-Dasar: Pendekatan Manajerial Global. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta
- Dheany, Arumsari. (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro: Semarang
- Handoko (2002). Manajemen Pemasaran. Badan penerbit IPWI. Jakarta.
- Tjiptono (2008), Strategi Pemasaran, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono dan Chandra (2005) Service, Quality Satisfaction, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik). Jakarta: Salemba Empat

- Tjiptono (2004). Manajemen Jasa. Edisi Pertama, penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler dan Keller. (2012). Marketing Manajemen. Edisi 14. Global. Pearson Prentice Hall
- Sunyoto (2012). Teori, Kuesioner, Dan Analisa Data Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Irawan, H. (2009). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Cetakan Ketujuh. Jakarta: Elex Medi Komputindo.

