

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN CAFÉ AROMA KITCHEN DI KOTA PADANG

Widya Pratiwi<sup>1</sup>, Irda<sup>2</sup>, Zeshasina Rosha<sup>3</sup>

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

E-mail: [w\\_pratiwi84@yahoo.com](mailto:w_pratiwi84@yahoo.com), [irda@bunghatta.ac.id](mailto:irda@bunghatta.ac.id), [zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id](mailto:zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id)

## PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia saat ini sudah mulai berkembang karena semakin banyak pengusaha yang memulai usaha dengan membuka Cafe. Cafe adalah tempat untuk menikmati makan dan minum dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu Cafe juga satu tipe dengan restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk di dalam dan di luar ruangan. Bisnis makanan menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Hal tersebut bisa dilihat pada perekonomian Indonesia pada tahun 2019 yang mengalami peningkatan di setiap sektor. Pertumbuhan di bidang perdagangan, hotel, dan restoran merupakan sektor yang mengalami peningkatan tertinggi kedua, mencapai 8,11 persen [1].

, Cafe Restaurant berlokasi di Jl. Prof. Dr. Hamka No.44-45 Parupuk Tabing Kecamatan Koto Tangah di Kota Padang, Sumatera Barat didirikan oleh bapak Arnold Kurniawan pada tanggal 13 maret 2016. Family Restaurant & Grill merupakan tagline yang dimiliki oleh Aroma Kitchen, artinya cafe ini menyediakan tempat untuk keluarga datang berkunjung. Menu makanan yang disediakan Aroma Kitchen adalah *Indonesian food*, *Japanese food*, dan *western food* dan harga yang ditawarkan sangat kompetitif. Aroma Kitchen ingin menciptakan pelayanan yang baik dan cita rasa yang berbeda dengan pesaingnya. Hal ini merupakan upaya bagi Aroma Kitchen untuk mampu memuaskan pelanggan yang sudah ada termasuk menarik pelanggan yang baru. Dari data awal yang bersumber dari Badan Pusat Statistik dan hasil survey awal, dapat dikatakan bahwa diduga terdapat indikasi pelanggan Aroma Kitchen yang kurang puas.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris

pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada Café Aroma Kitchen di Kota Padang.

Penelitian ini menggunakan teori kualitas pelayanan, kualitas, kualitas produk, kepuasan dan loyalitas. Loyalitas merupakan suatu komitmen yang kuat yang mendorong untuk terjadinya pembelian kembali [2]. Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun [3]. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya [4]. Kepuasan adalah perasaan seseorang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan persepsi dan harapan [5].

## METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Cafe Aroma Kitchen di Kota Padang dengan jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 orang responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear dengan *analysis path* melalui SPSS versi 16. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T-test statistik untuk membuktikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan menggunakan uji F-test statistik untuk membuktikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menggambarkan kualitas pelayanan dan kualitas produk akan menghasilkan sebuah loyalitas apabila pelanggan terpuaskan dengan pelayanan dan kualitas produk. Persamaan regresi dalam penelitian ini terdapat dua model persamaan yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis**

No.	Arah	T Statistic	Sig.	Ket.
1	Kualitas Pelayanan → Loyalitas	1,822	0,072	H <sub>1</sub> Ditolak
2	Kualitas Produk → Loyalitas	1,167	0,247	H <sub>2</sub> Ditolak
3	Kualitas Pelayanan → Kepuasan	0,869	0,387	H <sub>3</sub> Ditolak
4	Kualitas Produk → Kepuasan	4,816	0,000	H <sub>4</sub> Diterima
5	Kepuasan → Loyalitas	2,376	0,020	H <sub>5</sub> Diterima
6	Kualitas Pelayanan → Kepuasan → Loyalitas	0,341	0,030	H <sub>6</sub> Diterima
7	Kualitas Produk → Kepuasan → Loyalitas	0,751	0,037	H <sub>7</sub> Diterima

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Begitu juga dengan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan juga berperan sebagai variabel intervening antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat dibentuk oleh perusahaan dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dimiliki. Demikian juga untuk cafe dan restoran yang aktivitas utamanya adalah menawarkan berbagai produk makanan dan diiringi dengan memberikan kualitas pelayanan sebaik mungkin. Dengan adanya kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik maka pelanggan akan semakin merasakan kepuasan dan loyalitas akan semakin meningkat. Pelanggan akan loyal pada perusahaan

apabila perusahaan mampu memuaskan kebutuhan mereka.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Cafe Aroma Kitchen Kota Padang. Selanjutnya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan sedangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Aroma Kitchen Kota Padang. Kemudian kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan juga berperan sebagai variabel intervening antara kualitas pelayanan dan produk terhadap loyalitas pelanggan Cafe Aroma Kitchen Kota Padang.

Disarankan kepada pihak Cafe Aroma Kitchen, sangat diperlukan bagi Aroma Kitchen untuk memberikan suatu produk yang bernilai baik dari segi kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dapat menimbulkan kepuasan pelanggan secara terus menerus, sehingga terciptalah loyalitas pada pelanggan. Apabila loyalitas telah tercipta pada pelanggan, maka akan dapat meningkatkan profit pada perusahaan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh pihak-pihak yang ikut terlibat membantu terutama kepada Ibu/Dosen pembimbing Irda, S.E., M.A dan Zeshasina Rosha, S.E., M.Si yang telah meluangkan waktu dalam memberikan arahan bagi penulis dan terkhusus untuk kedua orang tua yang selalu memberi *support* kepada penulis serta pihak-pihak yang memberikan waktu dalam penyelesaian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] <https://www.padangkota.bps.go.id/statistik/>
- [2-4] Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. doi: 10.1080/08911760903022556.
- [5] Kotler, P. dan G. Armstrong. (2010). *Principles of Marketing*. Thirteen Edition. Prentice Hall, New Jersey.