

## **HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN KOPILAO PUNCAK BOGOR**

### ***RELATIONSHIP OF PRODUCT QUALITY WITH CUSTOMER SATISFACTION IN BOGOR'S KOPILAO RESTAURANT***

**Rachmat Gunawan<sup>1)</sup>; Deni Azhar<sup>2)</sup>**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor

e\_mail: [rachmat.gunawan.fe@unida.ac.id](mailto:rachmat.gunawan.fe@unida.ac.id); [deniazhar131211@gmail.com](mailto:deniazhar131211@gmail.com)

#### ***ABSTRACT***

*This research aims to determine the relationship of product quality with customer satisfaction at Puncak Kopilao Restaurant Bogor. The questionnaire was distributed to 85 respondents. The results of the test validity and reliability show that the statement items are declared valid and reliable and only one statement is invalid. The results of the correlation coefficient analysis state that there is a strong relationship and positive between product quality and consumer satisfaction, with an R value of 0.733. The relationship between product quality and consumer satisfaction at Puncak Bogor Kopilao Restaurant has a strong and positive relationship.*

**Keywords:** *Product quality, Consumer satisfaction, and Kopilao Puncak Restaurant Bogor.*

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini berguna untuk melihat hubungan kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada Restoran Kopilao Puncak Bogor. Kuesioner didistribusikan kepada 85 responden. Desain penelitian deskriptif dan asosiatif. Hasil uji reliabilitas dan validitas menunjukkan bahwa butir pernyataan dinyatakan valid dan reliabel dan hanya satu pernyataan tidak valid. Hasil analisis korelasi menyatakan tingkat keeratan atau hubungan yang kuat dan positif, dengan nilai R sebesar 0,733. Hubungan kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada Restoran Kopilao Puncak Bogor memiliki hubungan yang kuat dan positif.

**Kata kunci:** Kualitas produk, Kepuasan konsumen, dan Restoran Kopilao Puncak Bogor

## PENDAHULUAN

Perkembangan dalam dunia pemasaran mengalami peningkatan, Terutama bisnis di bidang kuliner telah menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya berbagai jenis restoran, Ada faktor yang mempengaruhi diantaranya adalah situasi ekonomi Indonesia yang semakin membaik telah mendorong orang untuk memulai usaha baru. Adapun faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap perkembangan bisnis restoran adalah gaya hidup, serta kebiasaan masyarakat zaman sekarang. Sehingga meningkatkan tingkat persaingan bisnis dibidang kuliner atau restoran.

Kepuasan konsumen dalam suatu bisnis merupakan kebutuhan, keinginan, dan harapan dari para konsumen yang terpenuhi dan mengakibatkan kesetiaan kepada perusahaan. Jika harapan dari konsumen terpenuhi maka akan merasa puas. Selain itu, bagi perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, kualitas produk menjadi suatu hal yang penting, agar menjadi suatu dorongan bagi usaha/bisnis restoran untuk selalu lebih mementingkan produk yang dihasilkan dari segi kualitasnya maupun ragam produknya, dengan adanya kualitas produk yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Salah satu kunci yang harus dimiliki oleh pengusaha adalah kepuasan konsumen merupakan hal yang selalu diperhatikan oleh perusahaan agar konsumen melakukan pembelian dengan berulang kali, hal tersebut dapat dicapai dengan memperhatikan kualitas produk. Adapun menurut Kotler dan Keller (2016:153) bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan kecewa ataupun senang yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan

berbagai pelayanan kinerja yang sesuai maupun tidak sesuai dengan harapannya.

Bisnis yang sangat menjanjikan keuntungannya membuat banyak pihak ingin memulai bisnis kuliner tersebut, tidak terkecuali di daerah Puncak Bogor. Selain Puncak dikenal dengan tempat pariwisata yang khas dengan udaranya yang sejuk, dikenal juga tempat wisata dengan harga yang terjangkau untuk bisa dikunjungi oleh berbagai macam golongan masyarakat di Indonesia. Saat ini Puncak dikenal dengan tempat wisata yang sering dikunjungi di akhir pekan dan terlihat dari kemacetan yang selalu terjadi dan banyaknya pengunjung diakhir pekan. Hal ini menjadikan kondisi dimana peluang bisnis di Puncak semakin besar dengan salah satunya yaitu membuka bisnis kuliner.

Restoran Kopilao Puncak Bogor adalah usaha yang menawarkan jasa kuliner. Didirikan oleh Rimawati pada tahun 2016 dan beralamat di Jalan Raya Puncak No. 299 Cipayung Megamendung, Cisarua-Bogor. Restoran ini menjual berbagai jenis makanan, dan harga dari produk murah dibandingkan dengan harga-harga di restoran lain yang berada di daerah Puncak. Restoran Kopilao Puncak memiliki tempat yang nyaman dan di dalamnya terdapat fasilitas modern yang disukai banyak kalangan muda seperti menyediakan *wifi*, karaoke gratis, musik, mushola yang nyaman dan *design* tempat yang unik. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung sebanyak tiga puluh orang di Restoran Kopilao Puncak (2019) ada beberapa masalah yang dimana pada siang hari restoran ini selalu sepi pengunjung, dilihat dari sisi harga, rasa makanan, *design* tempat dan fasilitas semua dirasa cukup, sehingga merasa tertarik untuk mengambil penelitian di Restoran Kopilao Puncak Bogor.

Berdasarkan data jumlah konsumen yang berkunjung ke Restoran Kopilao Puncak Bogor pada bulan September 2018 sampai dengan Agustus 2019 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah Konsumen Berkunjung Pada Restoran Kopilao Puncak Bogor**

Bulan	Jumlah Konsumen (Orang)	Perkembangan Konsumen (%)
September 2018	400	-
Oktober 2018	800	100
November 2018	450	(43,75)
Desember 2018	1.100	144,44
Januari 2019	500	(54,54)
Februari 2019	300	(40)
Maret 2019	423	41
April 2019	450	6,38
Mei 2019	425	(5,56)
Juni 2019	830	95,29
Juli 2019	600	(27,71)
Agustus 2019	532	(11,33)
<b>Jumlah</b>	<b>6.810</b>	<b>105,22</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>567,5</b>	<b>8,77</b>

Sumber : Restoran Kopilao Puncak Bogor, 2019

Berdasarkan data Tabel 1.1 bahwa perkembangan konsumen rata-rata per bulan yaitu 8,77% karena penjualan di Restoran Kopilao Puncak Bogor tidak stabil (fluktuasi) bahkan tidak mencapai target yang ditentukan. Jumlah konsumen tertinggi yaitu pada bulan Desember dengan jumlah 1.100 orang, karena saat bulan tersebut kawasan Puncak dipadati oleh orang-orang yang akan pergi berlibur sehingga Restoran Kopilao Puncak menjadi salah satu tempat untuk beristirahat karena lokasi strategis berada di pinggir jalan raya. Sedangkan jumlah konsumen terendah yaitu

pada bulan Februari dengan jumlah 300 orang, karena pada bulan tersebut orang-orang sudah sibuk kembali pada aktivitasnya seperti berkerja dan sekolah, kawasan Puncak pun tidak seramai seperti akhir tahun. Ini menunjukkan pada bulan-bulan tertentu target perusahaan sering tidak tercapai bahkan penurunan yang drastis.

Berikut data rekapitulasi kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang diberikan Restoran Kopilao Puncak Bogor pada tahun 2019:

**Tabel 1.2 Rekapitulasi Keluhan Konsumen Pada Restoran Kopilao Puncak Bogor**

No	Jenis Keluhan	Jumlah Konsumen	Jumlah Keluhan	Persentase (%)
1	Pelayanan yang kurang memuaskan (pelayanan)	30	23	77
2	Pesanan terlalu lama datang (pelayanan)	30	19	63
3	Tidak sesuai informasi yang diberikan dengan apa yang didapat (kesan kualitas)	30	15	50
4	Makanan yang tidak sesuai dengan daftar menu (kesesuaian)	30	26	87

Sumber: Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan data Tabel 1.2 tersebut hasil rekapitulasi keluhan dari konsumen Restoran Kopilao Puncak Bogor yaitu ada 23 orang konsumen dari jumlah konsumen 30 orang yang menyatakan pelayanan yang

diberikan kurang memuaskan, 19 orang mengeluh karena pesanan terlalu lama datangnya, 15 orang menyatakan bahwa Tidak sesuai informasi yang diberikan dengan apa yang didapat, dan 26 konsumen mengeluh

karena makanan yang dipesan tidak sesuai dengan daftar menu. Hal ini memperkuat adanya ketidakpuasan konsumen. Adapun data yang menunjukkan tentang pengetahuan

konsumen restoran di sekitar wilayah Puncak terhadap Restoran Kopilao Puncak Bogor dilihat dari 30 orang narasumber sebagai berikut:

**Tabel 1.3 Data Pra Survey Penilaian Konsumen Terhadap Keberadaan Restoran Kopilao Puncak Bogor**

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Konsumen mengetahui tentang keberadaan Restoran Kopilao Puncak Bogor	21	9
2	Konsumen menilai baik Restoran Kopilao Puncak Bogor.	14	16
3	Merasakan puas atas kualitas produk pada Restoran Kopilao Puncak Bogor	11	19

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan data Tabel 1.3 tersebut dapat dilihat sebagian besar konsumen (21 orang) mengetahui keberadaan dan pernah berkunjung ke Restoran Kopilao Puncak Bogor, penilaian Restoran Kopilao Puncak Bogor dinyatakan baik (14 orang) dan konsumen yang merasa puas atas kualitas produk yang disajikan oleh Restoran Kopilao Puncak Bogor (11 orang), sedangkan 19 orang menyatakan tidak puas terhadap kualitas produk yang disajikan oleh Restoran Kopilao Puncak Bogor. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar sudah mengetahui keberadaan

restoran namun hanya sedikit yang merasakan kepuasan atas kualitas produk yang diberikan pihak restoran.

Bisnis yang bergerak di bidang kuliner harus bisa memasarkan jasa yang diproduksinya kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang serupa maka perusahaan harus lebih cepat dalam usaha menarik konsumennya. Adapun data restoran pesaing yang berdekatan dengan Restoran Kopilao Puncak dapat dilihat pada Tabel 1.4 berikut ini:

**Tabel 1.4 Restoran Pesaing Kopilao Puncak Bogor**

Restoran	Alamat	Kelebihan	Kekurangan
Barracks Café	Jl. Raya Puncak KM. 79, Lembah Nyiur, Kec. Cisarua, Bogor, Jawa Barat 16750	1. Adanya <i>live</i> musik 2. Menu makanan beragam 3. <i>Design</i> tempat yang menarik 4. Harga terjangkau	1. Letak toilet yang terlalu jauh dari restoran 2. Tempat yang sempit 3. Lama dalam menghadirkan pesanan
Breeve Hills Resto & Café	Jl. Raya Puncak No.81, Leuwimalang, Kec. Cisarua, Bogor, Jawa Barat 16750	1. Pemandangan yang megah langsung pada gunung dan bukit 2. Mushola dan toilet bersih 3. Menyediakan menu masakan luar negeri 4. Penyajian makanan yang cepat	1. Harga yang relatif mahal 2. Tempat yang sempit. 3. Konsumen tidak bisa berlama-lama karena restoran yang selalu ramai.

Retalk Cafe & Coffee Rooftop	Jl. Raya Puncak Km.17, Cipayung Girang, Kec. Megamendung, Bogor, Jawa Barat 16770	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga murah</li> <li>2. Tempat yang luas</li> <li>3. Meyediakan menu makanan yang unik</li> <li>4. Pelayanan yang cepat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi restoran yang tidak terlihat</li> <li>2. Tidak adanya mushola</li> <li>3. Tempat yang kurang nyaman</li> </ol>
------------------------------	---	--	---

Sumber: Data Primer, 2019.

Berdasarkan data Tabel 1.4 tersebut bahwa letak Restoran Barracks cafe jarak ± 3,7 km dari Restoran Kopilao Puncak, Breeve Hills Resto & Cafe ± 2,8 km dari Restoran Kopilao Puncak, Retalk Cafe & Coffee Rooftop ± 400 m dari Restoran Kopilao Puncak, yang ada sekitar Puncak Bogor. Restoran tersebut adalah pesaing dari Restoran Kopilao Puncak Bogor dengan kelebihan dan kekurangan masing-masing. Sehingga Restoran Kopilao Puncak Bogor harus meningkatkan kualitas pelayanan

agar dapat bersaing dengan restoran lainnya. Hal ini memperlihatkan bahwa usaha kuliner di Puncak Bogor bersaing diduga disebabkan oleh kualitas produk yang tidak mampu bersaing dan selera konsumen makin cepat berubah maka sebuah perusahaan perlu memahami dan mempelajari bagaimana kualitas produk yang baik. Apabila kualitas produk makanan atau minuman tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka produk tersebut tidak akan laku di pasaran.

## **Materi dan Metode**

### **Pengertian Kualitas Produk**

Kualitas produk menurut Mowen (2012:61) kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada konsumen atas perbaikan kinerja suatu produk. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang diinginkan konsumen. Maka kesimpulannya yaitu bahwa kualitas produk adalah merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen dan produk tersebut dapat sesuai dengan standar ukur yang telah ditetapkan.

### **Pengertian Kepuasan Konsumen**

Pengertian kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi (2014:228) adalah seseorang yang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa diterima dengan harapannya. Kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2016:312) adalah perasaan setelah membandingkan kinerja antara persepsi yang didapat dengan harapannya. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan

perasaan yang dirasakan akibat adanya pengaruh hasil kinerja pelayanan atas harapan konsumen terhadap pelayanan suatu perusahaan terhadap konsumen.

### **Hubungan Kalitas Produk dengan Kepuasan Konsumen**

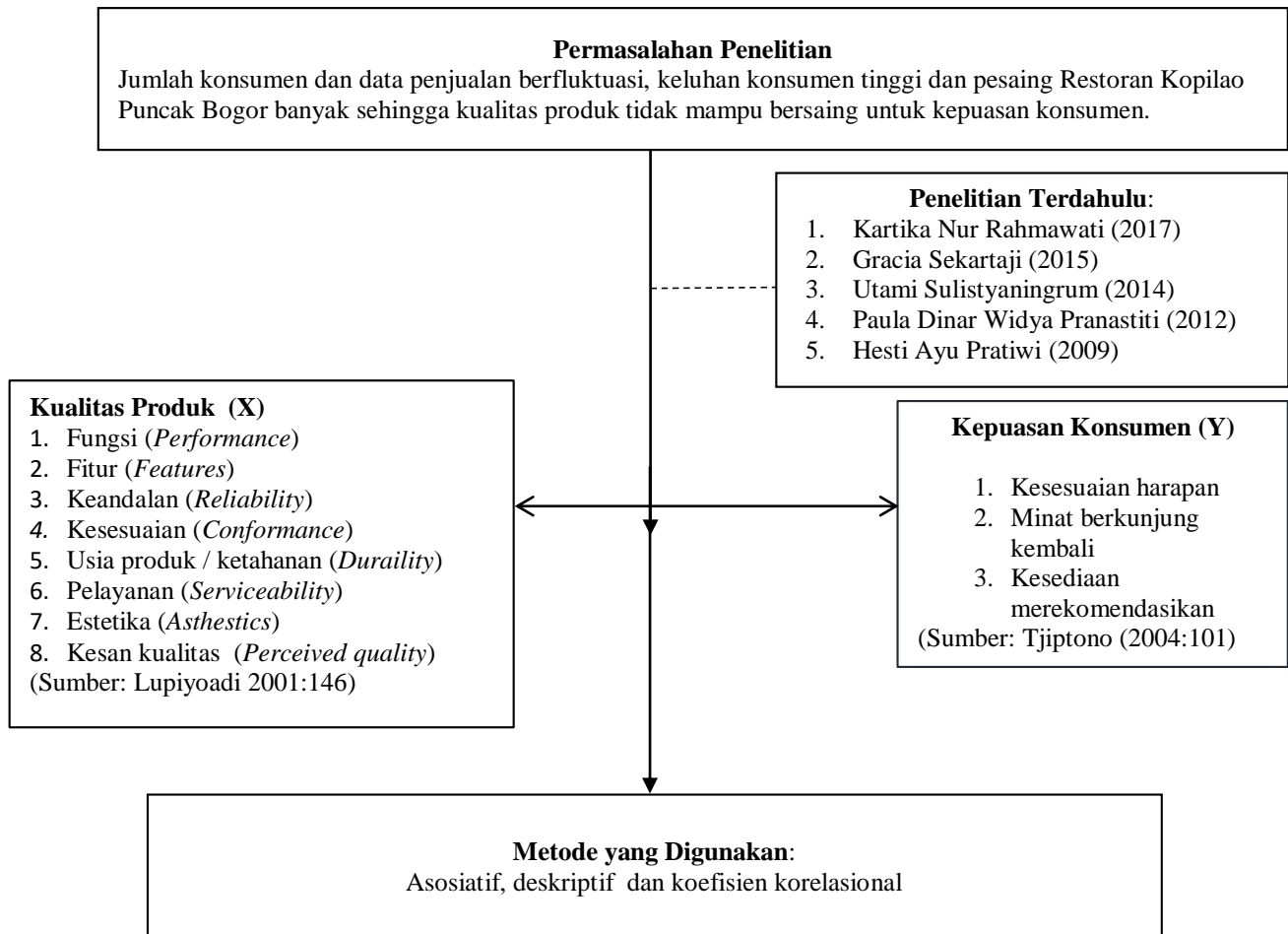
Produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan kepada pasar atau konsumen untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk yang mempunyai kondisi baik yang akan memuaskan konsumen, begitu sebaliknya jika produk dalam kondisi buruk akan menimbulkan ketidakpuasan pada konsumen. Semakin tinggi kualitas produk, maka kepuasan konsumen akan tinggi pula (Kotler dan Armstrong, 2015:283).

Kualitas produk merupakan bagaimana suatu produk mampu memenuhi harapan konsumen. Hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana akan merasakan kepuasan jika produk yang ditawarkan memiliki kualitas produk yang baik, begitupun sebaliknya. Kualitas produk merupakan tolak ukur dalam menentukan kepuasan konsumen

atau tidak. Hubungan kualitas produk dengan kepuasan konsumen diperkuat dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Linda Puspitasari (2016) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan kualitas

produk yang berkualitas maka keputusan dari banyak konsumen akan berdampak positif dikarenakan kualitas produk memberikan nilai lebih terhadap kepuasan konsumen.

### Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

### Desain Penelitian

Desain yang dipakai adalah metode deskriptif dan asosiatif. Menurut Sugiyono (2012:11) menyatakan bahwa pengertian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada Restoran Kopilao

Puncak Bogor. Menurut Umar (2008:5) penelitian deskriptif yaitu menggambarkan apa yang dilakukan perusahaan berdasarkan faktor yang ada untuk diolah menjadi data dan dianalisis untuk memperoleh kesimpulan.

### Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti adalah variabel bebas (*independent variable*), yaitu Kualitas Produk dan variabel tergantung/terikat

(*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen.

**Tabel 1.5 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel	Sub Variabel	Konsep Sub Variabel	Indikator	Skala Ukur
(Variabel X) Kualitas Produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang diinginkan konsumen. (Kotler dan Keller 2016:164),	Fungsi ( <i>Performance</i> )	Fungsi disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi atribut-atribut yang dapat diukur. Fungsi beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif konsumen yang pada dasarnya bersifat umum ( <i>universal</i> ). (Lupiyoadi 2014:146)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa dari produk yang dihidangkan sesuai.</li> <li>2. Porsi produk yang disajikan sesuai.</li> <li>3. Produk yang diberikan bermanfaat.</li> </ol>	Ordinal
	Fitur ( <i>Features</i> )	Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. (Lupiyoadi 2014:146)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ruangan dan tata letak kursi ataupun meja restoran yang teratur.</li> <li>2. Toilet yang bersih.</li> <li>3. Fasilitas penunjang internet (<i>wifi</i>).</li> </ol>	Ordinal
	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk. (Lupiyoadi 2014:146)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sehat dan higienis produk yang disajikan.</li> <li>2. Kesegaran bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi.</li> <li>3. Produk yang bergizi</li> </ol>	Ordinal
	Kesesuaian ( <i>Conformance</i> )	Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. (Lupiyoadi 2014:146)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang ditawarkan sesuai dengan standar mutu.</li> <li>2. Pelayanan yang sesuai dengan standar perusahaan (SOP).</li> <li>3. Produk sesuai daftar menu</li> </ol>	Ordinal

	Usia Produk/Ketahanan ( <i>Durability</i> )	Ukuran ketahanan meliputi segi ekonomis maupun teknis. (Lupiyoadi 2014:146)	1. Produk yang tidak mudah basi. 2. Ketahanan produk. 3. Kemasan yang digunakan tertutup rapat.	Ordinal
	Pelayanan ( <i>Serviceability</i> )	Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. (Lupiyoadi 2014:146)	1. Pelayanan yang diberikan cepat dan tepat. 2. Pelayanan yang baik dan ramah. 3. Karyawan memiliki pengetahuan yang baik dalam memecahkan masalah konsumen.	Ordinal
	Estetika ( <i>Asthetics</i> )	penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen. (Lupiyoadi 2014:146)	1. Penampilan produk. 2. Rasa produk. 3. Aroma produk.	Ordinal
	Kesan Kualitas ( <i>Perceived quality</i> )	Informasi yang tidak lengkap tentang produk dan perusahaan, Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung. (Lupiyoadi 2014:146)	1. Memperoleh informasi produk dari merek. 2. Memperoleh informasi produk dari keluarga. 3. Informasi produk sesuai dengan yang didapatkan.	Ordinal
(Variabel Y)	Kesesuaian harapan Kepuasan Pelanggan adalah hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. (Lupiyoadi 2014:228)	Kesesuaian antara kinerja yang diharapkan dan yang dirasakan oleh konsumen dengan konsumen. Tjiptono (2004:101)	1. Produk yang diperoleh sesuai dengan harapan. 2. Pelayanan oleh karyawan sesuai dengan harapan. 3. Fasilitas penunjang sesuai dengan harapan.	Ordinal
	Minat berkunjung kembali	Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait. Tjiptono (2004:101)	1. Berminat berkunjung kembali karena pelayanan. 2. Berkunjung kembali karena nilai dan manfaat produk. 3. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang.	Ordinal
	Kesediaan merekomendasikan	Merupakan kesediaan merekomendasikan produk yang telah dirasakannya. Tjiptono (2004:101)	1. Menyarankan teman atau rekan karena pelayanan. 2. Menyarankan karena fasilitas penunjang.	Ordinal



3. Menyarankan teman karena manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk.

### Metode Pengujian Data

#### Uji Validitas

Menurut Sumarsono (2004:291) sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dari variabel yang diteliti secara benar. Uji dilakukan menggunakan teknik korelasi *product moment*.

#### Uji Reliabilitas

Menurut Sumarsono (2004:291) pengujian realibilitas adalah alat ukur yang dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat

dipercaya. Dalam penelitian ini *Cronchbach's Alpha* lebih besar dari nilai ketetapan minimal yaitu 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator di dalam setiap variabel tersebut dinyatakan reliabel.

#### Karakteristik Konsumen

Menggunakan teknik kuesioner dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen Restoran Kopilao Puncak Bogor. Untuk mendapatkan data yang diperlukan dengan melibatkan 85 konsumen sebagai sampel penelitian.

**Tabel 1.8 Rekapitulasi Karakteristik Konsumen**

No	Karakteristik	Ciri-ciri Konsumen	Jumlah Konsumen (Orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Perempuan	48	56
2	Usia	26-35 tahun	41	48
3	Pendidikan Terakhir	SMA	33	39
4	Status Pernikahan	Belum menikah	44	52
5	Pendapatan	Rp 2.100.000 - Rp 3.000.000	32	38
6	Pekerjaan	Karyawan swasta	26	32

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1.8 menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen perempuan dengan jumlah 48 orang atau 56%, di kisaran usia 26-35 tahun dengan jumlah 41 orang atau 48%, dengan pendidikan terakhir SMA dengan jumlah 33 orang atau 39%, sebagian besar belum menikah dengan jumlah 44 orang atau 52%. Sedangkan penghasilan per tahun Rp 2.100.000 – Rp 3.000.000 dengan jumlah 32

orang atau 38% serta karyawan swasta dengan jumlah 26 orang atau 32%.

#### Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen pada Restoran Kopilao Puncak Bogor

##### Kualitas Produk

Adapun rekapitulasi penilaian konsumen terhadap kualitas produk berikut ini:

**Tabel 1.9 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Produk**

No	Pernyataan	Skor	Kriteria	Interprestasi
1	Rasa yang enak	3,97	Baik	Rasa produk yang enak sesuai dengan selera konsumen.
2	Porsi sesuai	3,91	Baik	Porsi makanan yang sesuai konsumen.
3	Ruangan teratur	3,87	Baik	Ruangan yang teratur dan rapi memberikan kesan kenyamanan.
4	Toilet bersih	3,89	Baik	Toilet yang selalu dijaga kbersihannya dan tidak jorok.
5	Fasilitas internet baik	3,94	Baik	Fasilitas penunjang yang baik membuat konsumen puas.
6	Produk sehat dan higienis	3,81	Baik	Produk yang sehat dah higienis membuat konsumen merasa tidak perlu khawatir.

7	Menggunakan bahan segar	3,92	Baik	Bahan yang dijamin kesegarannya membuat konsumen merasa tenang.
8	Produk bergizi	3,88	Baik	Kandungan gizi dari produk dapat dilihat dari bahan yang digunakan.
9	Produk sesuai standar mutu	3,84	Baik	Produk yang sudah standar dan cara masak yang sudah memenuhi standar.
10	Pelayanan sesuai SOP	3,81	Baik	Pelayanan yang sudah memenuhi standar SOP yang telah ditentukan.
11	Menu sesuai daftar	3,68	Baik	Menu yang ditawarkan sesuai pada tampilan pada menu.
12	Produk tidak mudah basi	3,78	Baik	Produk tidak mudah basi karna menggunakan bahan berkualitas dan disimpan dalam kulkas.
13	Produk dapat bertahan lama	3,80	Baik	Produk dapat bertahan lama apabila disimpan dalam kulkas
14	Dikemas dengan rapat	3,78	Baik	Dapat dibawa kemana saja karna kemasan yang tertutup rapat.
15	Melayani dengan cepat dan tepat	3,48	Baik	Pelayan yang sigap yang siap memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen.
16	Pelayanan baik dan ramah	3,62	Baik	Keramahan para pelayan yang memberikan kenyamanan pada hati konsumen.
17	Memiliki pengetahuan yang baik	3,75	Baik	Pengetahuan yang cukup tentang restoran agar memudahkan konsumen jika kebingungan.
18	Tampilan menarik dan unik	3,68	Baik	Tampilan yang menarik dan unik menjadi daya tarik bagi konsumen.
19	Rasa yang enak	3,64	Baik	Rasa yang diberikan enak d lidah para konsumen.
20	Aroma yang enak	3,75	Baik	Aroma yang dapat menggugah selera makan.
21	Memperoleh informasi dari merek	3,80	Baik	Konsumen memperoleh informasi dari merek karena promosi yang terus digencar lewat sosial media.
22	Memperoleh informasi dari keluarga	3,94	Baik	Memperoleh informasi dari keluarga yang sudah berkunjung sebelumnya.
23	Sesuai dengan yang didapat	3,83	Baik	Produk yang sesuai para konsumen.
<b>Tanggapan konsumen terhadap kualitas produk</b>		<b>3,79</b>	<b>Baik</b>	<b>Kualitas produk sudah baik memiliki rasa enak, porsi sesuai, fasilitas internet baik, menggunakan bahan segar, dan memperoleh informasi dari keluarga.</b>

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan data Tabel 1.9 di atas diketahui bahwa penilaian konsumen pada kualitas produk dapat disimpulkan konsumen Restoran Kopilao Puncak Bogor mempunyai rata-rata yaitu 3,79, nilai tertinggi yaitu 3,97 dengan kriteria baik karena produk restoran dirasakan enak dan sesuai dengan selera

konsumen, sedangkan nilai terendah yaitu 3,48 dengan kriteria baik karena konsumen masih merasa kurang dilayani dengan cepat dan tepat.

### **Kepuasan Konsumen (Y)**

Adapun rekapitulasi penilaian terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut

**Tabel 1.10 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Kepuasan Konsumen**

No	Pernyataan	Skor	Kriteria	Interprestasi
1	Produk sesuai harapan	3,52	Tinggi	Produk yang diberikan sudah sesuai harapan.
2	Pelayanan sesuai harapan	3,60	Tinggi	Pelayanan yang diberikan oleh para karyawan sesuai dengan harapan konsumen.
3	Fasilitas sesuai harapan	3,71	Tinggi	Fasilitas penunjang yang telah disediakan sesuai dengan yang diharapkan.

4	Berkunjung kembali karena karyawan	3,72	Tinggi	Berminat berkunjung kembali karena karyawan yang telah memberikan pelayanan yang baik.
5	Berkunjung kembali karena produk	3,76	Tinggi	Produk dari restoran yang membuat konsumen ingin berkunjung kembali.
6	Berkunjung kembali karena fasilitas	3,76	Tinggi	Minat berkunjung kembali karena fasilitas yang diberikan membuat konsumen merasa puas.
7	Menyarankan teman karena pelayanan	3,47	Tinggi	Merekomendasikan atau menyarankan kepada teman untuk mengunjungi restoran karena pelayanan cukup baik.
8	Menyarankan teman karena fasilitas	3,62	Tinggi	Merekomendasikan atau menyarankan kepada teman untuk mengunjungi restoran karena fasilitas penunjang yang diberikan pihak restoran membuat konsumen puas.
9	Menyarankan teman karena produk	3,72	Tinggi	Produk yang ditawarkan membuat konsumen ingin juga untuk menyarankan kepada teman-teman nya.
<b>Tanggapan konsumen terhadap kepuasan konsumen</b>		<b>3,65</b>	<b>Tinggi</b>	<b>Kepuasan konsumen tinggi dengan fasilitas restoran sesuai harapan, berminat berkunjung kembali karena karyawan, produk, fasilitas, dan menyarankan teman karena produk.</b>

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1.10 di atas diketahui bahwa penilaian konsumen pada kepuasan dapat disimpulkan konsumen Restoran Kopilao Puncak Bogor mempunyai rata-rata 3,65, nilai tertinggi yaitu 3,76 dengan kriteria tinggi karena nilai dan manfaat produk yang dihasilkan dan juga fasilitas yang memadai di Restoran Kopilao Puncak Bogor membuat konsumen berminat untuk berkunjung kembali, sedangkan nilai terendah yaitu 3,47 dengan kriteria tinggi karena konsumen masih merasa kurang untuk

merekomendasikan restoran kepada teman atau rekannya jika dilihat dari pelayanan yang dilakukan oleh pihak Restoran Kopilao Puncak Bogor.

### Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen

Besarnya kolerasi atau hubungan antara variabel independen yaitu kualitas produk (X) dengan variabel dependen kepuasan konsumen (Y) adalah dengan melihat nilai R.

**Tabel 1.11 Hasil Koefisien Korelasi Correlations**

		Kualitas Produk	Kepuasan Konsumen
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	,733**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	85	85
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,733**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	85	85

Berdasarkan Tabel 1.11 di atas hasil perhitungan statistik tersebut dapat diketahui nilai R sebesar 0,733 yang menunjukkan korelasi atau hubungan dari variabel independen yaitu kualitas produk (X) dengan variabel dependen

yaitu kepuasan pelanggan (Y) memiliki korelasi yang kuat dan positif (0,60 – 0,799). Artinya semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

## KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan dalam penelitian maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Tanggapan konsumen terhadap kualitas produk dan kepuasan konsumen pada Restoran Kopilao Puncak :
  - a. Penilaian tertinggi kualitas produk pada indikator makanan dan minuman di Restoran Kopilao Puncak Bogor memiliki rasa yang enak, sedangkan nilai terendah pada indikator karyawan Restoran Kopilao Puncak Bogor melayani dengan cepat dan tepat. Tanggapan konsumen Restoran Kopilao Puncak Bogor rata-rata menyatakan kualitas produk baik.
  - b. Penilaian tertinggi kepuasan konsumen pada indikator berkunjung kembali karena fasilitas yang disediakan sangat lengkap dan nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk. Sedangkan nilai terendah pada indikator menyarankan kerabat untuk membeli produk karena pelayanan yang memuaskan. Tanggapan konsumen Restoran Kopilao Puncak Bogor rata-rata menyatakan kepuasan konsumen tinggi.
2. Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen pada Restoran Kopilao Puncak Bogor menunjukkan tingkat hubungan yang kuat dan positif.

### Implikasi

Adapun implikasi yang diberikan sebagai berikut :

1. Restoran Kopilao Puncak Bogor dapat meningkatkan tanggapan konsumen mengenai kualitas produk salah satunya dengan meningkatkan pelayanan dan karyawan Restoran Kopilao Puncak Bogor dituntut untuk lebih cepat dan tepat dalam melayani kebutuhan konsumen merasa dilayani dengan baik.

2. Dalam memuaskan konsumen sebaiknya pihak restoran Kopilao Puncak Bogor lebih meningkatkan pelayanan dan diharapkan konsumen berkunjung kembali merekomendasikan kepada teman ataupun kerabat untuk berkunjung ke Restoran Kopilao karena pelayanan dari pihak restoran membuat konsumen merasa puas.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambah sampel dan lokasi penelitian yang lain serta menambah variabel bebas lainnya seperti kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Restoran Kopilao Puncak Bogor.

### DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. Pearson Education. Inc: England.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta. PT. Indeks.
- Linda Puspitasari. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan, Skripsi sarjana. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. (<http://repository.iainpurwokerto.ac.id/667>) diakses pada Rabu tanggal 3 Juli 2019 pukul 08.30.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta. Salemba Empat
- Mowen, John C. 2012. *Perilaku Konsumen* dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta. Erlangga.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta.

Sumarsono, Sonny. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy. 2016. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta. CV Andi Offset.

Umar, Husain. 2008. *Metode Untuk Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.