

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SIOMAY NYONYA LANI PALEMBANG**

SKRIPSI



**STIE MULTI DATA PALEMBANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PALEMBANG
2021**

STIE MULTI DATA PALEMBANG

Program Studi Manajemen
Skripsi Sarjana Ekonomi
Semester Gasal Tahun 2020/2021

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SIOMAY NYONYA LANI PALEMBANG

Evan Nathanael

1721200056

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini (1) Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Jaminan, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Reliabilitas, dan Empati secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan Siomay Nyonya Lani Palembang (2) Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Jaminan, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Reliabilitas, dan Empati secara simultan terhadap Kepuasan pelanggan Siomay Nyonya Lani Palembang. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu dengan penyebaran kuisioner dengan skala *likert*, dengan jumlah responden 98 responden. Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel digunakan metode *nonprobability Sampling* dengan jenis *purposive Sampling* serta menggunakan bantuan *software SPSS 23*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji parsial (uji-t) Kualitas Produk (X_1), Jaminan (X_2), Bukti Fisik (X_3), Reliabilitas (X_4), Daya Tanggap (X_5), dan Empati (X_6), berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Uji simultan (uji-F) membuktikan bahwa variabel independen adalah Kualitas Produk (X_1), Jaminan (X_2), Bukti Fisik (X_3), Reliabilitas (X_4), Daya Tanggap (X_5), dan Empati (X_6) berpengaruh terhadap variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Kata kunci: Kualitas Produk, Jaminan, Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, Empati, dan Kepuasan Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak awal tahun 2020, dunia menghadapi sebuah virus yang menyerang pernapasan manusia dan dapat menyebabkan kematian, Virus tersebut dinamakan virus corona (*Covid-19*) yang berasal dari Wuhan, China. Pada awal bulan Maret 2020 Indonesia telah merasakan dampak yang besar dari *Covid-19* yang mengganggu semua sektor kehidupan terutama sektor ekonomi. Penyebaran virus ini tergolong cepat dan siapapun dapat terinfeksi, terutama mereka yang memiliki daya tahan tubuh yang lemah (Silfia Imamatul, 2020).

Pada saat ini manusia di seluruh dunia termasuk juga Indonesia mulai kembali hidup normal berdampingan dengan pandemi virus *Covid-19*, tentunya ada perubahan yang terjadi dan harus dihadapi oleh seluruh manusia, perubahan tatanan kehidupan yang baru ini disebut kenormalan baru atau *new normal*. *New normal* disebut-sebut menjadi era setelah adanya pandemi *Covid-19*. *New normal* adalah perubahan budaya. (Misalnya) Selalu menerapkan pola hidup bersih dan sehat (PHBS), memakai masker kalau keluar rumah, mencuci tangan dan seterusnya. Konsep *New Normal* adalah kebijakan membuka kembali aktivitas ekonomi, sosial dan kegiatan publik secara terbatas dengan menggunakan standar kesehatan yang belum

pernah ada sebelum pandemi. Untuk itu, aktivitas ekonomi atau sektor publik diperbolehkan dengan syarat menggunakan protokol kesehatan yang telah ditetapkan (Larasasaty Levi, 2020).

Meski *Covid-19* melumpuhkan aktivitas fisik tetapi perilaku belanja konsumen dimasa *era new normal* ini tidak jauh berbeda, konsumen tetap bisa berbelanja *offline* di gerai secara langsung. Perbedaan justru terjadi pada cara penjual melayani pembeli, Pelayanan harus memperhatikan berbagai aturan protokol kesehatan seperti menggunakan masker, *faceshield*, *Handgloves* dan juga menyiapkan *Hand Sanitizer* agar menyesuaikan perubahan perilaku konsumen di *era new normal*, Tetapi konsumen perlu memperhatikan protokol kesehatan yang telah dibuat oleh pemerintah (Jehamun Philipus,2020).

Transaksi penjualan produk UMKM_meningkat hingga 350 persen di tengah pandemi virus corona atau *Covid-19*, Penjualan yang paling signifikan meningkat yaitu pada UMKM makanan (Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Teten Masduki, 2020). Saat ini masyarakat seringkali memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi makanan yang siap untuk dikonsumsi. Makanan khas daerah menjadi kegemaran masyarakat indonesia seperti kerak telur,pempek dan salah satunya siomay. Siomay sendiri adalah makanan yang sangat identik dengan kota Bandung , Siomay adalah makanan yang terbuat dari ikan tenggiri dan disajikan dengan bumbu kacang. Makanan ini sangat digemari banyak kalangan sampai ke seluruh penjuru Indonesia, banyak yang menjadikannya sebagai cemilan atau makanan. Makanan ini dijual dengan

gerobak keliling yang didorong oleh penjual atau juga banyak rumah makan bahkan gerai khusus yang menjualnya termasuk Siomay Nyonya Lani Palembang yang sudah cukup terkenal bahkan sampai keluar kota Palembang.

Siomay Nyonya Lani merupakan gerai Siomay yang sudah berdiri sejak tahun 2010 silam, berawal dari menjalankan usaha nya di rumah sekarang Siomay Nyonya Lani sudah memiliki beberapa cabang gerai yang lokasinya berada di *mall* yaitu Palembang Indah Mall, Palembang Trade Center, Canopi Kopitiam dan juga bekerjasama dengan gerai Pempek beringin TAA. Bahkan Siomay Nyonya Lani juga memiliki cabang diluar kota tepatnya di Jakarta. Di Palembang sendiri ada beberapa gerai Siomay yang ada yaitu Siomay Aisha, Siomay Pink , Siomay Mantap Jiwa dan Siomay Nyonya Lani.

Tabel 1.1 Tabel Pesaing Usaha Kuliner Siomay

No	Nama Usaha	Juni	Juli	Kenaikan Jumlah Penjualan di masa transisi Era New Normal (Juni-Juli)
1.	Siomay Nyonya Lani	767	816	49 Porsi
2.	Siomay Aisha	530	590	60 Porsi
3.	Siomay Pink	710	750	40 Porsi
4.	Siomay Mantap Jiwa	350	380	30 Porsi

Sumber: Wawancara Peneliti, 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 Usaha kuliner Siomay di kota Palembang mengalami peningkatan setelah diterapkannya *new normal*. Untuk Siomay Nyonya Lani sendiri mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu naik sebanyak 49 porsi pada masa transisi *era new normal* ini.

Era new normal ini menjadi tantangan sendiri bagi pemilik usaha agar bisa bertahan di tengah perubahan perilaku kosumen. Dibutuhkan

penyesuaian dalam menjalankan usaha untuk menarik konsumen dan juga tentunya memberikan kepuasan kepada pelanggan di era *new normal* ini terutama dalam bidang usaha kuliner untuk bisnis kuliner seperti kedai, rumah makan, restoran, dan sebagainya, diwajibkan menerapkan protokol *new normal*. Sebagai bentuk kepatuhan lanjutan dalam rangka ikut memutus rantai penyebaran pandemi dengan lebih sadar dengan kebersihan diri dan lingkungan.

Tabel 1.2 Data Penjualan Siomay Nyonya Lani Palembang (Per Porsi)

Bulan	Penjualan 2020
Januari	2.931
Februari	2.446
Maret	2.153
April	306
Mei	639
Juni	767
Juli	816
Agustus	935
September	-
Oktober	-
November	-
Desember	-
Jumlah	10.993

Sumber: Wawancara Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa total penjualan Siomay Nyonya Lani Palembang (Per Porsi) pada bulan januari hingga agustus 2020 mencapai 10.993 Porsi.

Data penjualan pada Siomay Nyonya Lani Palembang (Per Orang) yang dapat dilihat pada tabel 1.3 sebagai berikut:

Tabel 1.3 Data Pengunjung Siomay Nyonya Lani Palembang (Per Orang)

Bulan	Pengunjung 2020
Januari	1.050
Februari	980
Maret	911
April	120
Mei	318
Juni	435
Juli	678
Agustus	694
September	-
Oktober	-
November	-
Desember	-
Jumlah	5.186

Sumber: Wawancara Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat data penjualan Siomay Nyonya Lani Palembang (Per Orang) mengalami penurunan sangat signifikan pada bulan April hingga bulan Juni 2020 karena dipengaruhi virus *Covid-19*, pada bulan Juli dan Agustus penjualan Siomay Nyonya Lani mulai meningkat karena *era new normal* yang mulai diterapkan oleh pemerintah.

Dalam menghadapi perubahan di era *new normal* ini Siomay Nyonya Lani harus mampu terus bertahan ditengah perubahan perilaku konsumen dan juga persaingan yang ada. Siomay Nyonya Lani melakukan beberapa strategi untuk menghadapi perubahan perilaku konsumen di era *new normal* ini yang tentunya dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan pelanggan Siomay Nyonya Lani terutama saat *era new normal* ini, faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu kualitas produk yang baik, serta kualitas pelayanan yang dapat membuat konsumen merasa aman dan nyaman saat melakukan pembelian di Siomay Nyonya Lani Palembang. Kepuasan Pelanggan Menurut Kotler dan Armstrong (Anang Firmansyah, 2018, h.134) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka pemilik usaha menerapkan beberapa strategi dalam menjalankan usahanya pada era *new normal* ini yaitu kualitas produk Siomay Nyonya Lani sangat memiliki kualitas yang baik karena siomay yang dijual menggunakan ikan tenggiri yang segar dan berkualitas serta bumbu kacang yang spesial berbeda dibanding para pesaingnya. Di era sebelum *era new normal* konsumen belum terlalu tertarik

kepada produk makanan beku atau *frozen*, tetapi konsumen pada *era new normal* ini biasanya cenderung menginginkan produk makanan dengan kualitas yang baik yang juga bisa tahan lama untuk disimpan maka dari itu Siomay Nyonya Lani melakukan suatu Inovasi produk yang juga bisa dilakukan dalam menyikapi perilaku konsumen tersebut dengan membuat Siomay dalam bentuk *frozen* atau beku yang bisa disimpan dan tahan lama. Hal tersebut tentunya dapat menarik konsumen serta menciptakan kepuasan pelanggan terhadap produk Siomay Nyonya Lani. Kualitas Produk Menurut Irawan (Anang Firmansyah, 2018, h.134) Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.

Selain strategi kualitas produk strategi yang terpenting yaitu kualitas pelayanan dengan memberikan jaminan kepada konsumen saat *era new normal* agar konsumen merasa aman dan tidak ragu untuk membeli produk Siomay Nyonya Lani karena menerapkan protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah, bukti fisik juga menjadi hal yang penting yaitu setiap pegawai Siomay Nyonya Lani menggunakan *faceshield*, masker dan sarung tangan dalam melayani konsumen secara langsung di *outlet-outlet* yang ada. Konsumen juga tidak usah takut jika melakukan pembelian melalui aplikasi online karena setiap produk Siomay Nyonya Lani *dipacking* dengan kotak dan dikunci menggunakan kabel *ties* agar lebih aman dalam perjalanan menuju konsumen. Strategi reliabilitas juga diterapkan oleh Siomay Nyonya Lani yaitu dengan memberikan informasi yang jelas baik masalah bahan utama pembuatan siomay ataupun harga, serta kemudahan pemesanan di Siomay Nyonya Lani dapat

mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karyawan Siomay Nyonya Lani juga sigap dalam melayani konsumen serta cepat dalam melayani transaksi agar pelanggan tidak merasa kecewa. Yang terakhir empati juga harus dimiliki karyawan dengan memberi perhatian secara penuh dan individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan misalnya pelanggan yang suka pedas maka karyawan harus bisa menyesuaikan kemauan pelanggan. Kualitas Pelayanan Menurut Zeithmal dan Bitner (Anang Firmansya, 2018, h.134) konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

Penelitian tentang variabel serupa sudah pernah dilakukan yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Hana Ofela & Sasi Gustin, 2016) dengan judul ‘Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab KingAbi” variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang membeli Kebab King Abi. Selanjutnya menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ni Made Arie Sulistyawati & Ni Ketut Seminari, 2015) dengan judul ”Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar” variabel kualitas pelayanan yaitu jaminan dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tantangan terbesar seluruh bisnis kuliner termasuk Siomay Nyonya Lani ialah bagaimana menarik pelanggan atau pembeli untuk tetap membeli produk, serta memberikan kepercayaan bahwasanya pemilik usaha tetap menjaga kebersihan dari bahayanya virus sesuai dengan protokol kesehatan

agar pelanggan tidak takut untuk membeli produk usahanya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan di *Era New Normal*. Sehingga peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Siomay Nyonya Lani Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Jaminan, Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, dan Empati secara simultan terhadap Kepuasan pelanggan Siomay Nyonya Lani Palembang ?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Jaminan, Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, dan Empati secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan Siomay Nyonya Lani Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas diatas maka penulis mengambil topik mengenai pengaruh pengaruh Kualitas Produk, Jaminan, Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, dan Empati terhadap Kepuasan pelanggan Siomay

Nyonya Lani Palembang. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Palembang yang membeli produk Siomay Nyonya Lani di kota Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Jaminan, Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, dan Empati secara simultan terhadap Kepuasan pelanggan Siomay Nyonya Lani Palembang ?
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Jaminan, Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, dan Empati secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan Siomay Nyonya Lani Palembang?

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
Penelitian ini dapat digunakan untuk memperoleh pengetahuan, wawasan, pengalaman dan keterampilan dalam memahami perilaku konsumen khususnya kepuasan pelanggan terhadap suatu merek produk tertentu.
2. Bagi Siomay Nyonya Lani
Sebagai informasi seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, Jaminan, Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, dan Empati terhadap Kepuasan pelanggannya. Serta dapat memberikan masukan untuk perumusan strategi di perusahaan mengenai kepuasan pelanggan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian lebih lanjut sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih mendalam, serta memberikan solusi yang tepat pada pokok permasalahan yang diteliti.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bab meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis akan membahas mengenai teori-teori yang berperan dalam mendukung proses penelitian dalam menganalisis masalah. Yang akan tercantum antara lain teori kualitas produk, teori harga, teori promosi, teori kerterarikan merek dan teori keputusan pembelian

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan teknik analisis

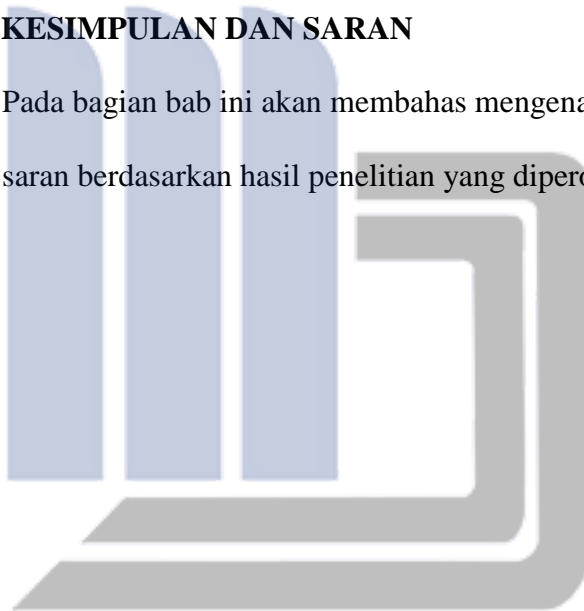
data. Ini bertujuan agar pihak lain yang membaca dapat mengerti dan memahami bagaimana jalan atau alur penelitian ini berlangsung

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian bab ini akan membahas mengenai gambaran umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan, hasil penelitian dan pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh.



DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, Syaiful Bahri 2018, *Metodelogi Penelitian Bisnis*, Andi, Yogyakarta.
- Cynthia Violita Wijaya 2017, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*, Jurnal EMBA Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 678 – 686.
- Firmansyah, Anang Firmansyah 2018, *Perilaku konsumen*, Deepublish, CV Budi Utama, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam Ghozali 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Hana Ofela & Sasi Gustin 2016, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab KingAbi*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 1.
- Indra Aditia Suhaji 2016, *Faktor-Faktoryang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi Semarang*, Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala.
- Indrasari, Dr. Meithiana Indrasari 2019, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Unitmo Press, Surabaya.
- Jehamun, Philipus 2020, *Strategi Pemasaran Ritel di Era Normal Baru*, diakses pada 11 Oktober 2020, dari bernasnews.com
- Larasasaty, Levi 2020, *Beredar Istilah 'New Normal' di Tengah Pandemi Covid-19, Apa Artinya?*, diakses pada diakses pada 15 September 2020, dari health.grid.id
- Mandang Cristo, David P.E Saerang & Frederick G. Worang 2017, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus Cafe Markobar)*, Jurnal EMBA Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 678 – 686.
- Masduki, Teten 2020, *Penjualan Produk Makanan UKM Meningkat Selama Pandemi Corona*, diakses pada 16 September 2020, dari food.detik.com

- Ni Made Arie Sulistyawati & Ni Ketut Seminari 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, 2015 : 2318-2332.
- Priansa, Donni Juni Priansa 2017, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Alfabeta, Bandung.
- Silfia, Imamatul 2020, *Serba-serbi Virus Corona, Dari Ciri-ciri, Bentuk, Hingga Penyebarannya*, diakses pada 14 September 2020, dari kompas.com
- Suryati, Lili Suryati 2015, *Manajemen Pemasaran*, CV Budi Utama, Sleman.
- Sugiyono 2016, *Metode Penelitian Manajemen*, Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna Sujarweni 2015, *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra 2016, *Service, Quality dan Satisfaction*, CV Andi Offset, Yogyakarta.