

Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Kebab Gendats Di Bekasi Selatan

Devan Aufadlian Syah¹, Yayan Hendayana², Murti Wijayanti³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia

Article Info

Article history:

Received January 25, 2024
 Revised January 30, 2024
 Accepted February 8, 2024

Keywords:

Cita Rasa,
 Kualitas Pelayanan,
 Kepuasan Pelanggan

Keywords:

*Taste,
 Service Quality,
 Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menginvestigasi dampak Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Produk Kebab Gendats di wilayah Bekasi Selatan. Sampel yang digunakan mencakup 112 responden. Prosedur analisis data meliputi pengujian instrumen, pengujian klasikal, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistik 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan secara positif mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan. Rekomendasi diberikan kepada Kebab Gendats Bekasi Selatan untuk meningkatkan Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan guna memastikan Kepuasan Pelanggan tetap terjaga. Penelitian ini terbatas pada objek penelitian yang hanya fokus pada Kebab Gendats di Bekasi Selatan, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan cabang-cabang lain dari Kebab Gendats. Pembaruan dalam penelitian ini mencakup penggabungan variabel Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan ke dalam satu model penelitian yang dilakukan pada Kebab Gendats di Bekasi Selatan.

ABSTRACT

The purpose of the study was to examine the Effect of Taste and Service Quality on Customer Satisfaction in Gendats Kebab Products in South Bekasi. The number of samples used in this study was 112 respondents. The data analysis methods used in this study are instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis and hypothesis tests using IBM SPSS Statistical 27 software applications. The results showed that the variables of Taste and Service Quality had a positive effect on Customer Satisfaction. This study provides recommendations to Kebab Gendats South Bekasi to improve Taste and Service Quality so that Customer Satisfaction is always exceeded. This research has limited research objects that are only carried out on Kebab Gendats South Bekasi. It is expected that the next researcher will conduct research on other branches of Kebab Gendats. The update in this study combines the variables of Taste and Service Quality to Customer Satisfaction in one research model conducted at Kebab Gendats in South Bekasi.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author:

Devan Aufadlian Syah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,
 Jakarta, Indonesia

Email: a2manajemen19@gmail.com

1. PENDAHULUAN

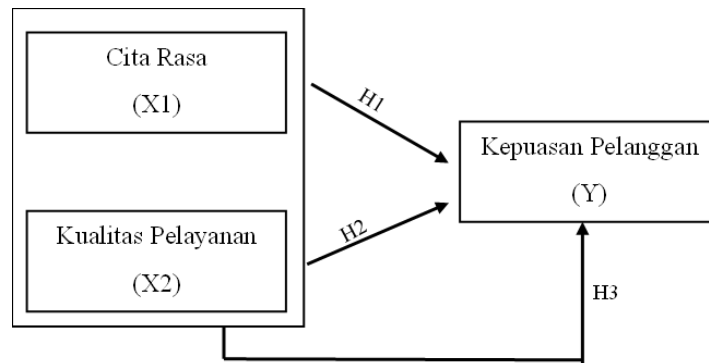
Persaingan bisnis di Indonesia saat ini membuka peluang dan tantangan bagi pengusaha yang beroperasi di tanah air. Peluang untuk memperluas pada produknya, dan tantangan untuk dapat bersaing dengan pengusaha yang bergerak di bidang yang sama [1]. Untuk itu, pengusaha harus senantiasa berinovasi dan menentukan strategi pemasaran yang tepat agar perluasan pasar produk bagi pengusaha dapat tercipta dan pengusaha mampu bersaing sehingga tujuan pengusaha dapat tercapai [2]. Belakangan ini kuliner yang sifatnya inovatif dan mengenyangkan serta memiliki rasa yang berbeda dan banyak digemari oleh kalangan anak-anak, remaja hingga orang tua. Salah satu usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan di bidang kuliner salah satunya adalah penjual kebab [3].

Kebab ini menjadi salah satu jenis makanan yang diminati banyak orang karena dapat mengenyangkan dan tidak jarang orang mengonsumsi Kebab jika sedang tidak ingin makan yang berat seperti Nasi oleh karena itu sering kali kita menemukan usaha Kebab di berbagai lokasi. Salah satunya ada Kebab Gendats di daerah Bekasi Selatan. Kebab Gendats adalah salah satu makanan yang terbilang baru dan unik dikarenakan memiliki perbedaan di antara pedagang Kebab lainnya, yang membedakan Kebab Gendats karna isian topping dia yang menggunakan beef patty ada juga yang menggunakan topping mie goreng dan telur. Sehingga produk Kebab Gendats mampu memberikan kreasi yang menarik dan berbeda dari penjual Kebab lainnya [4].

Dengan dilakukannya penelitian ini peneliti mengetahui seberapa puas pelanggan Kebab Gendats di Bekasi Selatan jika diukur melalui variable yang telah peneliti tentukan melalui statistic atau data berupa angka yang akan peneliti sebarakan melalui kuesioner dan diolah menggunakan software atau aplikasi pengolahan data. Penelitian ini pun dapat menjadi evaluasi untuk Kebab Gendats agar dapat meningkatkan penjualan dan dapat bersaing dengan pembisnis kebab lainnya.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan bersifat kuantitatif peneliti menetapkan populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan yang sudah pernah membeli Produk Kebab Gendats sebanyak lebih dari satu dua yaitu sebanyak 690 orang berdasarkan data penjualan terbaru bulan September. Pengambilan sampel data menggunakan teknik purposive sampling yang diambil terhadap populasi tersebut adalah 112 responden dengan menggunakan teknik pendekatan Hair sebagai acuan dari populasi. Adapun kriteria yang dilihat ialah jumlah frekuensi pembelian lebih dari 2 kali dan berdomisili di Bekasi Selatan. Proses analisis data responden menggunakan analisis statistik dengan bantuan aplikasi SPSS 27 untuk mengolah data. Berikut merupakan kerangka konseptual dari penelitian ini:



Sumber: Data Peneliti, 2023

Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian:

H1: Cita Rasa berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H3: Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Cita Rasa (X1)

Item	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,742	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,711	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,823	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,847	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,775	0,361	Valid
Pernyataan 6	0,779	0,361	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti SPSS 27, 2024

Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Item	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,773	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,804	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,796	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,819	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,722	0,361	Valid
Pernyataan 6	0,764	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,847	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,775	0,361	Valid
Pernyataan 6	0,779	0,361	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti SPSS 27, 2024

Tabel 3. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Item	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
Pernyataan-1	0,724	0,361	Valid
Pernyataan-2	0,799	0,361	Valid
Pernyataan-3	0,843	0,361	Valid
Pernyataan-4	0,861	0,361	Valid
Pernyataan-5	0,724	0,361	Valid
Pernyataan-6	0,724	0,361	Valid
Pernyataan-7	0,767	0,361	Valid
Pernyataan-8	0,777	0,361	Valid
Pernyataan-9	0,735	0,361	Valid
Pernyataan-10	0,875	0,361	Valid
Pernyataan-11	0,792	0,361	Valid
Pernyataan-12	0,665	0,361	Valid
Pernyataan-13	0,702	0,361	Valid
Pernyataan-14	0,736	0,361	Valid
Pernyataan-15	0,753	0,361	Valid
Pernyataan-16	0,762	0,361	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti SPSS 27, 2024

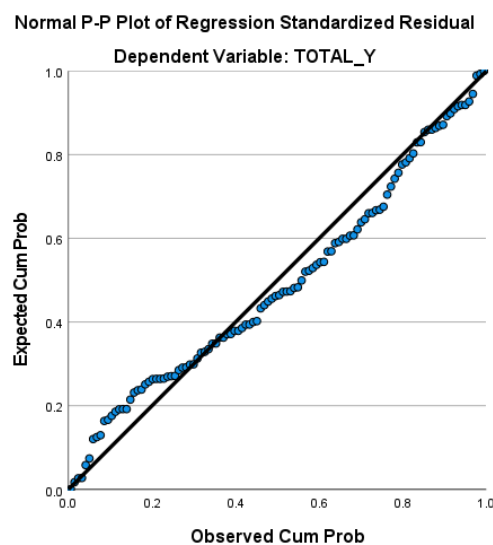
3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Cita Rasa (X1)	0,869	0,70	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	0,869	0,70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,951	0,70	Reliabel

Sumber: Data Olahan Peneliti SPSS 27, 2024

3.3 Uji Normalitas



X

Sumber: Data Olahan Peneliti SPSS 27, 2024

Gambar 2. Uji Normalitas (P-Plot)

3.4 Uji Multikolinearitas

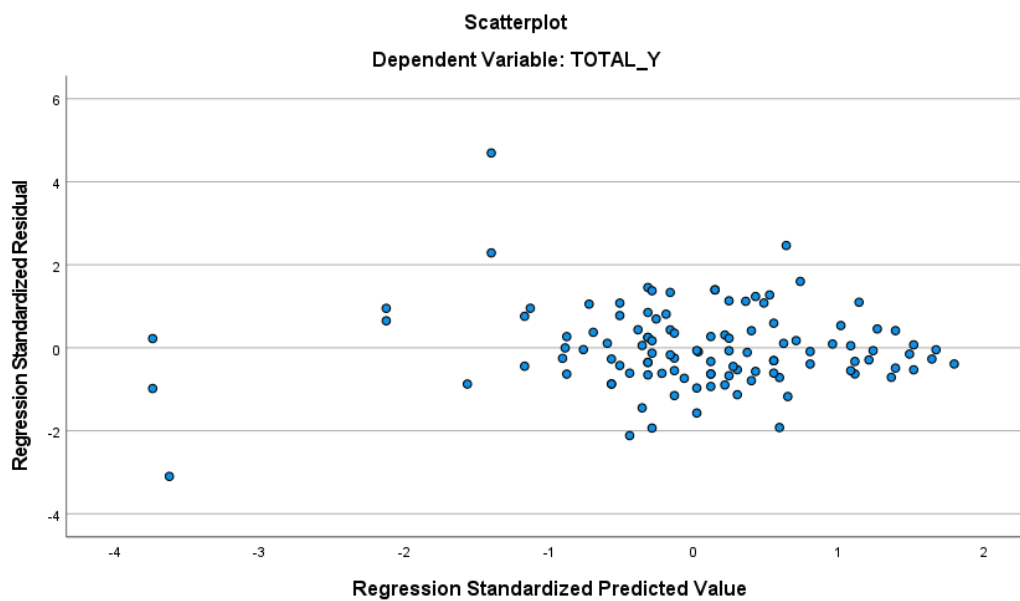
Tabel 5. Uji Multikolinearitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.314	2.109		2.520	.013		
	TOTAL_X1	1.136	.111	.459	10.229	<.001	.535	1.868
	TOTAL_X2	1.396	.111	.565	12.603	<.001	.535	1.868

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data Olahan Peneliti SPSS 27, 2024

3.5 Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data Olahan Peneliti SPSS 27, 2024

Gambar 3. Scatterplot

3.6 Uji T (Parsial)

Tabel 6. Uji T

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.314	2.109		2.520	.013
	TOTAL_X1	1.136	.111	.459	10.229	<.001
	TOTAL_X2	1.396	.111	.565	12.603	<.001

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data Olahan Peneliti SPSS 27, 2024

3.7 Uji F (Simultan)

Tabel 7. Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9070.163	2	4535.081	410.359	<.001 ^b
	Residual	1204.614	109	11.052		
	Total	10274.777	111			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber: Data Olahan Peneliti SPSS 27, 2024

3.8 Uji Koefisien Determinasi (R-Squared)

Tabel 8. R-Squared

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940 ^a	.883	.881	3.324

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data Olahan Peneliti SPSS 27, 2024

4. KESIMPULAN

Hasil pengujian data yang dilakukan peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 27 menunjukkan bahwa Citra Rasa memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rizky dkk [5], yang juga menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Citra Rasa dengan Kepuasan Pelanggan.

Hasil analisis data yang sama juga menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dapat diartikan sebagai penilaian terhadap sejauh mana layanan tersebut memenuhi harapan pelanggan. Temuan ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ridwan [6], yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Selain itu, hasil analisis data menunjukkan bahwa Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Wuntu [7], yang juga menemukan bahwa Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memiliki dampak signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

REFERENSI

- [1] Riska, C. F., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. 2, 2722–2739.
- [2] Sutarman. (2019). Pengantar teknologi informasi Sutarman. In *Balaiyanpus.Jogjaprov* (Vol. 43). <http://badanpenerbit.org/index.php/dpipress/article/view/18>
- [3] Saridewi, T. R., & Siregar, A. N. (2020). Hubungan antara peran penyuluh dan adopsi teknologi oleh petani terhadap peningkatan produksi padi di Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, 5(1), 55–61.
- [4] Sari, P. R., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Ambassador Dan Bundling Product Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow Di Bekasi Utara. *Jurnal Economina*, 2(9), 2579–2595. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.835>
- [5] Rizky, Rafieqah Nalar and Mahardika, A. (2023). SENTRI : Jurnal Riset Ilmiah. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(4), 1275--1289.
- [6] Ridwan., Rahman. (2018). Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleyo Jatiwaringin. *Kinerja*, 1(01), 76–86. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v1i02.474>
- [7] Wuntu, C. R. A. (2019). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(1).