

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUEMEN DI RNB GRILL YOGYAKARTA**

Oleh : Yunita Kurniasari, Pendidikan Teknik Boga  
Universitas Negeri Yogyakarta.  
Email : yunita.deburee@gmail.com  
Dosen : Minta Harsana, M. Sc

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengetahui: 1) Kualitas pelayanan di RnB Grill Yogyakarta, 2) Produk di RnB Grill Yogyakarta, 3) Pengaruh Loyalitas Konsumen di RnB Grill Yogyakarta. Jenis penelitian statistik, menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dilakukan Januari 2016 – November 2017. Populasi pengunjung rata-rata perhari 500 orang. Metode pengumpulan data menggunakan angket. Sampel penelitian dihitung menggunakan rumus Riduan dan Kuncoro, diperoleh hasil sebanyak 85 konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan *incidental sampling*. Uji validitas instrument menggunakan validitas konstruk *expert judgement*, validitas isi dengan korelasi *Product Moment* dan uji reabilitas menggunakan *Alfa Cronbarch*. Metode analisis data menggunakan regresi berganda dengan alat uji F dan t pada tingkat signifikansi sebesar 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas pelayanan di RnB Grill pada kategori baik dengan frekuensi 84 (99%), 2) Kualitas produk dengan frekuensi 53 (62%) kategori cukup. 3) Perpengaruhnya secara simultan sebesar 48% terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Kualitas pelayanan dan Produk, Loyalitas konsumen, RnB Grill.

### **ABSTRAK**

*This research aimed at ascertaining: 1) The quality of services 2) The quality of products 3) the consumer in loyalty rnb grill yogyakarta . The research is quantitative research .The study is done at january 2016 - november 2017 . Cosumers population is 500 person. Technique the sample collection use incidental sampling. This research make a Riduan and Kuncoro. Consumer research sample areas as many as 85 . File collection method use the survey. Instrument using the validity of the practical konstruk expert judgement , the validity of fill with correlation product moment and the alfa cronbarch reabilitas use. The method of analysis data it uses multiple regerensi with the probe f and t in timgkat significance amounted to 5 % .The research results show that: 1) The quality of the services in the rnb good category 84(99 %), 2) Over a grill , 53(62%) The product quality , 3) So that as much as 48 % simultaneous influence customer loyalty.*

*Keywords: Quality of Service and Product, Costumer Loyalty, RnB Grill*

## **PENDAHULUAN**

Pada masa sekarang ini, usaha boga menjadi bidang usaha yang sangat menguntungkan sebab banyak orang lebih suka belanja makanan dari pada membuatnya sendiri. Kebiasaan belanja mengakibatkan orang-orang menjadi lebih suka jajan makanan dari pada membuatnya sendiri. Seiring perkembangannya sektor dipariwisata, maka para pengusaha dalam bidang jasa boga berlomba-lomba menawarkan berbagai produk makanan dari produk kuliner kontinental sampai oriental. Disini kita dapat melihat banyaknya pembangunan restaurant diberbagai kota diindonesia terutama di Yogyakarta. Hal ini tidak lepas dari permintaan pasar yang semakin meningkat terhadap kebutuhan restoran yang nyaman dan representatif. Maraknya pembangunan restaurant menjadi pertanda semakin ketatnya persaingan industri dibidang bisnis jasa boga. Pengusaha restaurant dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik minat konsumen untuk menarik perhatian mereka. Banyak cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen diantaranya adalah dengan melakukan promosi, diskon, memasang iklan dan sebagainya. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas bagi konsumen.

Untuk memberikan kualitas pelayanan kepada konsumennya, para pemilik restaurant harus memberikan pelayanan yang terbaik

kepada mereka, yang terutama adalah menyangkut produk. Dengan mutu pelayanan makanan yang baik maka para konsumen akan merasa tertarik dan datang lagi untuk menikmati hidangan tersebut. Banyak pengusaha menganggap mutu pelayanan adalah hal yang remeh. Mereka hanya memberikan mutu pelayanan yang baik pada saat baru mulai beroperasi, tetapi lama kelamaan mutu pelayanan yang diberikan semakin buruk. Hal itu tentu saja akan membuat konsumen merasa tidak puas dan menyebabkan perusahaan ditinggalkan oleh konsumennya.

RnB Grill merupakan salah satu restaurant yang sampai saat ini masih sangat eksis, hal ini terbukti dengan banyaknya jumlah pengunjung yang datang ke RnB Grill yang selalu stabil, tidak hanya di hari libur saja. RnB Grill juga salah satu restaurant yang menjaga produk dengan baik. Akan tetapi belum adanya indikator untuk mengukur kualitas pelayanan di RnB Grill sehingga sulit untuk mengukur seberapa baik kualitas pelayanan yang sudah diberikan. Oleh karena itu penulis memilih RnB Grill sebagai tempat yang menarik untuk diteliti.

Melihat persaingan yang semakin menjamur ini RnB Grill harus menciptakan kualitas pelayanan, produk dan citra perusahaan yang baik guna menciptakan kepuasan pelanggan. Karena itu pengetahuan akan kualitas pelayanan, produk dan citra perusahaan sangat diperlukan untuk

menyusun langkah strategis dalam meningkatkan eksistensi usaha mereka yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan, menurut Lupiyoadi, (2001:148) ada 5 Dimensi *service quality* diantaranya adalah kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah dengan mendengar suara konsumen, dengan ini berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen secara langsung dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (*feed back*) berupa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai control dan ukuran keberhasilan untuk mencapai kepuasan yang dirasakan konsumen.

Sehingga selain kualitas pelayanan RnB Grill juga wajib memperhatikan produk, seperti yang selama ini sudah terapkan yaitu standar keamanan dan kualitas makanan yang ketat, mulai dari pemilihan bahan baku, persiapan, proses pemasakan dan kebersihan.

Setelah perusahaan berhasil memenuhi dua elemen tersebut maka perusahaan dapat memperoleh manfaatnya yakni, pelanggan merasa puas atas produk dan layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, maka akan tercipta loyalitas pelanggan (*customer*

*loyalty*), yang dimana pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini disebabkan karena pelanggan puas atas produk-produk yang sudah dikonsumsi sebelumnya.

Margareta dan Edwin (2012:1) secara garis besar factor-faktor yang mempengaruhi *food quality* adalah sebagai berikut: 1) Warna Warna dari bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa, supaya tidak terlihat pucat, atau warnanya tidak serasi. 2) Porsi Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*, sehingga dalam setiap sajian harus konsisten kecuali ada permintaan khusus dari konsumen. 3) Aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut. 4) Ada banyak tekstur makanan antara lain halus atau kasar, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab. 5) Rasa Titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin, pahit.

Menurut Olson (dalam Mushanto, 2004:128) berpendapat bahwa loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut yang membutuhkan waktu yang

lama melalui suatu proses pembelian yang terjadi secara berulang-ulang.

Berdasarkan observasi awal ada beberapa konsumen yang merasa kurang nyaman disebabkan karena AC lupa dinyalakan, disini terlihat bahwa waiters masih kurang teliti, namun konsumen tersebut tetap datang dan membeli produk di RnB Grill, konsumen masih mempunyai banyak alasan untuk berkunjung kembali walaupun ada beberapa kesalahan yang diterima oleh konsumen. Beberapa konsumen datang bersama keluarga, jarang sekali ditemui konsumen yang datang sendiri, kecuali hanya melihat-lihat barang di store atau hanya belanja, tidak memesan makanan. RnB Grill mulai buka dari pukul 07.00 WIB hingga 22.00 WIB. Untuk akses jalan menuju restoran ini terhitung mudah karena berada di pinggir jalan, tetapi untuk lokasi parkir yang disediakan kurang luas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Kualitas pelayanan di RnB Grill Yogyakarta, (2) Produk di RnB Grill Yogyakarta, (3) Mengetahui Loyalitas Konsumen di RnB Grill Yogyakarta.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian adalah penelitian statistik, menggunakan metode kuantitatif, menurut Sugiyono (2013:23) metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan

statistik. Metode kuantitatif digunakan apabila masalah merupakan penyimpangan antara yang seharusnya dengan yang terjadi, antara aturan dengan pelaksanaan, antara teori dengan praktik, antara rencana dengan pelaksanaan.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari tahun 2016 sampai dengan November 2017. Dilaksanakan di RnB Grill Jl. R.W. Monginsidi No. 37, Karangwaru, Tegalrejo Kota Yogyakarta .

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen RnB Grill Yogyakarta dengan jumlah 14.997 orang perbulannya. Populasi pengunjung dalam satu hari rata-rata 499,9 atau bisa dibulatkan mencapai 500 orang per hari. Jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Insidental sampling*. Dengan perhitungan menggunakan rumus Riduan dan Kuncoro sehingga menghasilkan sampel sebanyak 85 pengunjung.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan angket. Instrumen angket menggunakan angket tertutup skala *Likert*. Uji validitas instrument menggunakan validitas konstruk menggunakan pendapat para ahli (*judgement*

expert) uji validitas isi menggunakan rumus *Product Moment*. Hasil uji validitas instrument yang telah diuji cobakan yaitu 6 butir gugur atau tidak valid.

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Sedangkan, uji validitas isi menggunakan rumus *Product Moment*.

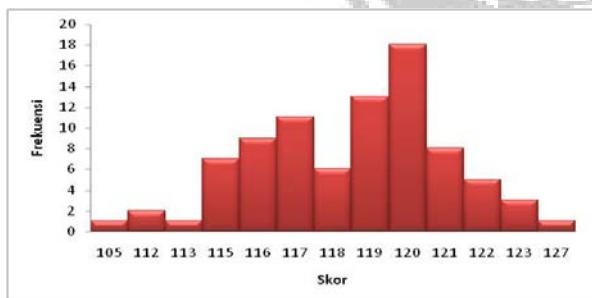
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Penelitian**

Hasil analisis data pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen di RnB Grill Yogyakarta yang dihasilkan dengan hasil analisis data berupa kategori skor yang terdiri dari 3 kategori antara lain baik, cukup dan rendah. Hasil analisis tersebut dapat pada histogram dan tabel berikut:

**Kualitas Pelayanan**

Hasil analisis data kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Histogram distribusi frekuensi skor variabel kualitas pelayanan

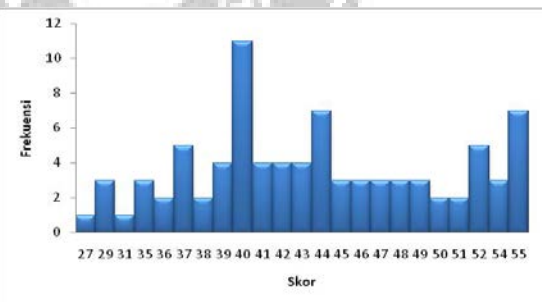
Tabel 1. Kecenderungan Skor Variabel Kualitas Pelayanan

Interval	Frekuensi	%	Keterangan
> 124	1	1%	Baik
63 s.d 124	84	99%	Cukup
≤ 62	0	0%	Rendah

Dari tabel di atas dapat diketahui kecenderungan skor jawaban dari variabel kualitas pelayanan. Skor jawaban dari variabel kualitas pelayanan terbesar berada pada interval antara 63 sampai dengan 124 dengan frekuensi 84 (99%) dan masuk dalam kategori cukup.

**Kualitas Produk**

Hasil analisis data kualitas produk adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Histogram Distribusi Frekuensi Skor Variabel Produk.

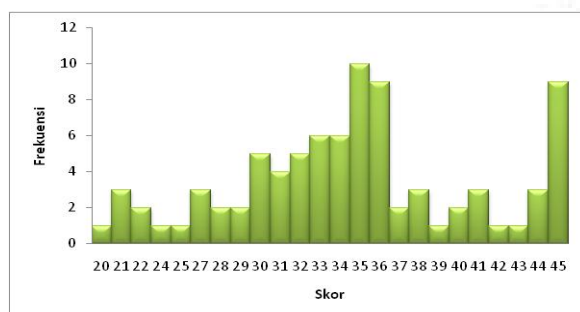
Tabel 2. Kecenderungan Skor Variabel Produk

Interval	Frekuensi	%	Keterangan
> 44	32	38%	Baik
23 s.d 44	53	62%	Cukup
≤ 22	0	0%	Rendah

Dari tabel di atas dapat diketahui kecenderungan skor jawaban dari variabel produk. Skor jawaban dari variabel produk terbesar berada pada interval antara 23 sampai dengan 44 dengan frekuensi 53 (62%) dan masuk dalam kategori cukup.

### Loyalitas Konsumen

Hasil analisis data Loyalitas konsumen adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Histogram Distribusi Frekuensi Skor Variabel Loyalitas Konsumen

Tabel 3. Kecenderungan Skor Variabel Loyalitas Konsumen.

Interval	Frekuensi	%	Keterangan
> 36	23	27%	Baik
19 s.d 36	62	73%	Cukup
≤ 18	0	0%	Rendah

Dari tabel di atas dapat diketahui kecenderungan skor jawaban dari variabel loyalitas konsumen. Skor jawaban dari variabel loyalitas konsumen terbesar berada pada interval antara 19 sampai dengan 36 dengan frekuensi 62(73%) dan masuk dalam kategori cukup.

### Pembahasan

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Hasil analisis data didapat berupa kategori skor yang terdiri dari 3 kategori untuk variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan loyalitas konsumen antara lain baik, cukup dan rendah yang berlaku untuk variabel ke 3 variabel tersebut.

Hasil penelitian dari 85 responden, menghasilkan Dari penelitian diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap loyalitas pelanggan di RnB Grill Yogyakarta.

Kualitas layanan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas, sedangkan hasil uji T diperoleh nilai  $t_{\text{statistik}}$  sebesar 2,702 yang lebih besar dari nilai  $t_{\text{tabel}} 5\% = 1,980$ . Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di RnB Grill Yogyakarta.

Selain kualitas pelayanan produk memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas, sedangkan hasil uji T diperoleh nilai  $t_{\text{statistik}}$  sebesar 8,511 yang lebih besar dari nilai  $t_{\text{tabel}} 5\% = 1,980$ . Maka dapat disimpulkan bahwa produk memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di RnB Grill Yogyakarta.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mangore dkk. (2015), bahwa peningkatan dan penurunan loyalitas pelanggan di pengaruhi oleh peningkatan dan penurunan produk yang ditawarkan, konsumen akan merasa puas jika produk yang ditawarkan berkualitas. Hal ini juga

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati dkk. (2014) bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang sesuai dengan beberapa teori dan penelitian terdahulu yang sudah dikemukakan, bahwa produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Persaingan memperebutkan pelanggan pada usaha restoran semakin ketat. Dengan pertumbuhan jumlah restoran yang semakin marak dan produk yang ditawarkan juga semakin bervariasi, Produk memang sangat penting untuk semua restoran untuk mempertahankan dan mendapatkan pelanggan. Walaupun demikian, produk yang baik dari suatu restoran tidak menjamin terciptanya loyalitas pelanggan (Arzena 2010:9).

Loyalitas pelanggan terhadap produk suatu restoran ternyata tidak selalu sejalan dengan produk restoran tersebut. Masyarakat sebagai pelanggan memiliki berbagai pertimbangan dalam memilih produk restoran yang akan dikonsumsi. Menurut McLaughlin dan Gomez dalam Aryani (2009:124) bahwa terdapat tiga kinerja dasar dalam restoran, yakni selain produk terdapat juga faktor lainnya seperti kualitas layanan dan harga.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut yaitu: 1) Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, skor jawaban dari variabel kualitas pelayanan terbesar

berada pada interval antara 63-124 dengan frekuensi 84 (99%) sehingga kualitas pelayanan di RnB Grill Yogyakarta termasuk kategori yang cukup dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. 2) Hasil analisis data menunjukkan bahwa produk yang skor jawaban dari variabel Kualitas produk terbesar berada pada interval antar 23-44 dengan frekuensi 53 (62%) 3) Kualitas produk yang ada di RnB Grill Yogyakarta termasuk kategori yang cukup dan produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas layanan dan produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di RnB Grill Yogyakarta sebesar 48%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas konsumen berpengaruh sebanyak 48% terhadap Loyalitas konsumen. Diantaranya yaitu :

1) Kualitas pelayanan pada perhatian (*emphaty*) memiliki kategori baik sebesar 55,4% dan kategori cukup sebesar 44,6%. 2) Kualitas pelayanan pada bukti fisik (*tangibles*) memiliki kategori baik sebesar 70,5% dan kategori cukup sebesar 29,5%.

### Saran

Berdasarkan kajian dan hasil yang diperoleh pada bab sebelumnya maka disarankan sebagai berikut. 1) RnB Grill Yogyakarta hendaknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan harus mengutamakan konsep pelayanan yang memberikan rasa nyaman dan bangga sehingga dapat menanamkan rasa kepercayaan di benak para pelanggannya. 2) RnB

Grill Yogyakarta hendaknya lebih meningkatkan produk dan harus mengutamakan konsep produk yang memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi. 2009. *Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelangga*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. (Vol.17 No.2 2009)
- Arzena, Deby Meigy. 2010. *Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. (Vol. 18 No.1 2010)
- Kotler. Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kurniawati, D., Suharyono., Kusumawati, A (2014). *Pengaruh Citra Merek dan Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 14 Nomor 2 September 2014.
- Lupiyoadi Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Margaretha, (2003). *Kualitas Pelayanan : Teori dan Aplikasi*. Penerbit Mandar Maju, Jakarta.
- Mangore, I.I., Lumanauw, B. dan Tielung, M. 2015. *Analisis Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Tupperware Manado*. Jurnal EMBA, Juni 2015 Volume 3 Nomor 2, hal. 616-627.
- Marsum.(1993). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Mushanto, Trisno. 2004. *Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Media Advertising Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 6. Pp. 123 – 136.
- Riduan dan Engkos Achmad Kuncoro. 2007. *Cara Menggunakan dan Memaknai*
- Sugiyono (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi OFFSET