

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIXUE CILINCING JAKARTA UTARA

Muhammad Raihan Al Ghifari<sup>1</sup>, Abdul Gofur<sup>2</sup>

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi  
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

Email : [mraihann212@gmail.com](mailto:mraihann212@gmail.com) [govhoer@gmail.com](mailto:govhoer@gmail.com)

### Abstract.

*Judging from the phenomenon that occurred at Mixue Cilincing, North Jakarta, researchers found an increase and decrease in the number of purchases at Mixue Cilincing, North Jakarta which affected their consumer satisfaction. Therefore, this study aims to determine the effect of service quality and product quality on consumer satisfaction at Mixue Cilincing, North Jakarta. The type of this research is quantitative descriptive. The population in this study were consumers who had made purchases at the Mixue Cilincing, North Jakarta outlet. The sample used was 96 respondents using purposive sampling technique. The analysis tool used was multiple linear regression using IBM SPSS software version 25. The results of the study proved the results of the t-test of the service quality variable (X1) the t-count value > t table (3.532 > 1.985) with a significance level of 0.000 < 0.05, then Ho was rejected and Ha was accepted. The results of the t-test of the product quality variable (X2) t-value count > t-table (6.060 > 1.985) with a significance level of 0.000 < 0.05, then Ho is rejected and Ha is accepted. The results of the f-test of the consumer satisfaction variable (Y) f-value count > f-table (202.945 > 3.09) with a significance level of 0.000 < 0.05, then Ho is rejected and Ha is accepted. So it can be concluded that service quality and product quality simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction at Cilincing North Jakarta mixue with a value of 81.4%.*

**Keywords:** Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction

*Cronicle of Article: Received (10,12,2024); Revised(15,12,2024); and Published (28,12,2024).*

©2020 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

**Profile and corresponding author :** Muhammad Raihan AlGhifari adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* [suryatipnd27@gmail.com](mailto:suryatipnd27@gmail.com)

**How to cite this article :** Al Ghifari Muhammad Raihan, Gofur Abdul (2024) "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Mixue Cilincing Jakarta Utara", *Adbispreneur*, 4 (6), pp. 549 – 554, Available at: <http://JAMBIS>

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Penelitian

Zaman modern seperti sekarang ini menimbulkan ketatnya dalam persaingan dunia bisnis untuk mendapatkan konsumen, dengan memberikan pelayanan yang terbaik yang diinginkan para konsumen secara konsisten agar mereka merasakan kepuasan yang mereka butuhkan sehingga mereka bisa terus loyal. Untuk bertahan dalam persaingan pasar pihak bisnis wajib mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen. Dengan munculnya berbagai jenis produk yang beredar didalam pasar Indonesia khususnya dapat memunculkan rasa kebingungan bagi masyarakat karena terdapat banyak sekali pilihan, dan disisi lain juga menyebabkan masyarakat tidak sadar terhadap masalah kualitas pada suatu produk terlebih pada produk pangan.

Belakangan ini dunia kuliner Indonesia sedang diramaikan dengan munculnya salah satu brand minuman yang menu utamanya adalah ice cream dan buah yang bernama mixue. Mixue ini merupakan toko ice cream dan es teh buah segar yang membuka franchise berasal dari China. Pada awal kemunculan produk ini sangat disukai oleh masyarakat Indonesia karena memiliki cita rasa yang manis dan tentu harga yang terjangkau sehingga mampu membuat mixue bersaing dengan para kompetitornya khususnya di wilayah Indonesia.

Salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kotler dan Amstrong (Apriliana dan Sukaris, 2022: 500) "Kualitas pelayanan adalah hal yang menyeluruh pada keistimewaan dan karakteristik produk maupun jasa yang mampu memuaskan kebutuhan secara langsung atau tidak langsung." Kualitas pelayanan sangatlah penting dalam memberikan nilai terhadap kepuasan konsumen, karena kualitas pelayanan merupakan hal penting yang akan diperhatikan bagi para konsumen. Biasanya suatu produk yang sedang ramai dan sudah dikenal banyak oleh konsumen sehingga masuk menjadi pilihan utama bagi konsumen secara konsisten mereka akan terlena dengan hal tersebut sampai melupakan kualitas pelayanannya secara menyeluruh.

Berdasarkan hal di atas, peneliti mengangkat judul mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Mixue Cilincing Jakarta Utara. Untuk menghindari meluasnya masalah dalam penelitian tersebut, maka diberi batasan masalah mengenai judul yang diambil yaitu, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Mixue Cilincing Jakarta Utara

## LITERATUR REVIEW

### 1. Administrasi

Adminstrasi dalam Bahasa Indonesia terdapat 2 jenis yaitu: dalam makna sempit kata administrasi berasal dari bahasa Belanda "Bestuur" dan "Adminsistratie" yang merupakan sebagian kegiatan dari tata usaha kantor. Menurut Sondang P.Siagian (Lina Marliani, 2019: 18) "Administrasi suatu proses yang menyeluruh dalam bekerjasama antara 2 orang atau lebih yang berdasarkan rasionalitas untuk bisa mencapai suatu tujuan yang sudah ditetapkan."

Lina Marliani (2019: 21) "Administrasi merupakan suatu kegiatan ketatausahaan, bekerjasama, dalam sebuah proses."

Ordway Tead (Arie Yusuf Hamali, 2019:4) mengemukakan, "Pengertian administrasi adalah kegiatan - kegiatan individu (eksekutif) dalam suatu organisasi yang bertugas mengatur memperingatkan, dan menyediakan fasilitas usaha kerja sama sekelompok individu untuk merealisasikan tujuan yang ditentukan"

### 2. Administrasi Bisnis

Administrasi bisnis adalah ilmu sosial yang mempelajari terkait proses kerjasama dalam pengelolaan perusahaan atau organisasi untuk menjaga kestabilan, pertumbuhan dan mencapai suatu tujuan yang sudah ditentukan. Y.Wayong (Al Wildan 2020:12) mengemukakan "Administrasi bisnis merupakan hal yang menyeluruh pada kegiatan berawal dari pembuatan barang maupun jasa sampai diterima oleh konsumen."

Nurul Indika, Suhendra Adia (2021: 66) "Administrasi bisnis merupakan suatu bagian ilmu sosial

yang mempelajari kerjasama oleh 2 orang bahkan lebih dalam mencapai suatu tujuan dan berfokus pada perilaku manusia.”

Irham Fahmi (Hendrik Tri Laksono et.al, 2021: 49) mengemukakan, “Adminstrasi bisnis merupakan suatu susunan yang memisahkan dan menerangkan tiap tahap pekerjaan pada bisnis secara jelas dan tegas.”

### **3. Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran menurut Agustina Shinta (2018: 2) ”Suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.”

Tjiptono (2018: 90) “Merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga dan mendistribusikan produk jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.”

kotler dan Keller (2015: 6) “Didefinisikan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran, meraih, mempertahankan, menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang umum.”

### **4. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur yang sangat penting dimiliki suatu perusahaan baru maupun lama. Karena kualitas pelayanan sangat berpengaruh dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen, sehingga para konsumen menjadikan kualitas pelayanan menjadi hal utama dalam keputusan pembelian .

Ahmad Zikri, Muhammad Ikhsan Harahap (2022: 924) “Kualitas pelayanan merupakan suatu tingkatan terhadap layanan terkait pemenuhan harapan yang dibutuhkan konsumen.”

Tjiptono (2017) “Kualitas pelayanan atau kualitas jasa menjadi suatu tolak ukur dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.”

### **5. Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan ciri, karakteristik dan spesifikasi yang dimiliki oleh suatu barang maupun jasa yang bernilai sehingga mampu memberikan rasa kepuasan kepada konsumen.

Agus Wijaya (2018:71) “Kualitas produk bisa didefinisikan sebagai kemampuan produk dalam melaksanakan fungsinya, seperti kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan dan lainnya.”

Assauri (D. Arumsari, 2012:45) mengemukakan, “Kualitas produk merupakan suatu faktor yang berada pada barang atau hasil yang membuat barang tersebut sesuai dengan tujuan kegunaannya.”

Kotler dan Armstrong (Imanudin, 2021:57) “Kualitas produk merupakan suatu hal yang bisa ditawarkan didalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai sehingga bisa memberikan rasa kepuasan yang dibutuhkan.”

### **6. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen yaitu tahap yang dirasakan oleh konsumen dari aspek kualitas produk maupun kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Maka dari itu sangat penting bagi perusahaan memperhatikan kepuasan yang dirasakan para konsumen.

Kotler (Bagus Handoko 2017: 65) mengemukakan, “Kepuasan konsumen merupakan rasa senang atau kecewa seorang konsumen yang muncul dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan yang dibutuhkan.” Rosnaini Daga (2017: 78) “Kepuasan konsumen merupakan respon yang diperlihatkan oleh konsumen kepada suatu pelayanan yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan pelayanan dengan harapan yang diinginkannya.”

Hasan (Rosnaini Daga, 2017: 77) mengemukakan, “Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon konsumen terhadap evaluasi yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dari kinerja actual produk atau jasa yangng dirasakan setelah adanya penggunaan atau pemakaian.”

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Dalam Menyusun sebuah penelitian dibutuhkan perencanaan agar penelitian bisa berjalan dengan baik. Sehingga pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian analisis deskriptif dan pendekatan penelitian kuantitatif yang menggunakan alat ukur statistik untuk mengkaji data yang sudah dikumpulkan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Sugiyono (2017: 224) "Teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah strategis pada penelitian, karena tujuan utama pada penelitian ialah memperoleh suatu data." Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan penulis yaitu pengumpulan data primer dan sekunder dengan cara menyebarkan kuesioner, melakukan observasi, dan melakukan wawancara.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (X1)**

Hasil dari pembahasan pada bab ini pada variabel X1 berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bisa dilihat dari beberapa uji dan referensi jurnal yang memiliki keterkaitan, yaitu dimulai dari uji deskriptif memiliki nilai skor total 40,86 secara menyeluruh dan secara rata-rata yaitu sebesar 4,09 berada pada range "baik".

Sedangkan dari uji regresi Nilai variabel X1 terhadap variabel Y 0,207 bernilai positif dan apabila kualitas pelayanan mengalami 1 nilai peningkatan, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,207. Lalu dari segi uji hipotesis, bahwa kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi kepuasan konsumen dengan hasil yang signifikan dan positif. Hal ini bisa dilihat berdasarkan hasil uji-t menyatakan bahwa nilai p-value lebih kecil dari nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Dan nilai t-hitung sebesar  $3,532 > 1,985$ . Maka bisa dinyatakan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan bisa diterima.

### **2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil dari pembahasan pada bab ini pada variabel X2 pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen bisa dilihat dari beberapa uji dan referensi jurnal yang memiliki keterkaitan yaitu dimulai dari uji deskriptif memiliki nilai skor total 65,03 secara menyeluruh dan secara rata-rata yaitu sebesar 4,06 berada pada range "baik".

Berdasarkan uji regresi nilai variabel X2 terhadap variabel Y 0,230 bernilai positif dan apabila kualitas produk mengalami 1 nilai peningkatan, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,207.

Dilihat dari uji hipotesis, bahwa kualitas produk secara parsial mempengaruhi kepuasan konsumen dengan hasil yang signifikan dan positif. Hal ini bisa dilihat berdasarkan hasil uji-t menyatakan bahwa nilai p-value lebih kecil dari nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Dan nilai t-hitung yaitu  $6,060 > 1,985$ . Maka bisa dinyatakan variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan bisa diterima.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.**

Hasil pembahasan pada bab IV ini yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen bisa dilihat dari beberapa uji dan referensi jurnal yang memiliki keterkaitan yaitu dimulai dari hasil uji deskriptif memiliki nilai skor total 24,24 secara menyeluruh dan secara rata-rata yaitu sebesar 4,04 berada pada range "baik".

Menurut hasil uji regresi nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 0,884 yang berarti jika nilai variabel X sama dengan nol maka nilai variabel Y sebesar 0,884.

Dilihat dari uji hipotesis, bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi kepuasan konsumen dengan hasil yang signifikan dan positif. Hal ini bisa dilihat berdasarkan hasil uji-f menyatakan bahwa nilai dari signifikansi 0,000. Dan nilai f- hitung yaitu  $202,945 > 3,09$ . Maka bisa dinyatakan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan sehingga bisa diterima. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Andri Azis, Khairil Aswan (2023) berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas prroduk terhadap kepuasan pelanggan Pt.Pos Indonesia (persero) kecamatan Lunang, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen mixue Cilincing Jakarta Utara.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen mixue Cilincing Jakarta Utara.
3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen mixue Cilincing Jakarta Utara dengan nilai 81,4% dan sisanya 18,6% yang dipengaruhi dari faktor lain diluar variabel yang tidak diteliti oleh peneliti.

### **Saran**

1. Mixue Cilincing Jakarta Utara harus memperhatikan segi kerapihan diri yang dimiliki para karyawannya dalam berpenampilan agar semua karyawannya menjadi lebih rapih dan menarik sehingga bisa membuat para konsumen merasa lebih senang dan nyaman ketika dilayani oleh karyawan yang terlihat rapih dan menarik.
2. Ketahanan kualitas rasa produk yang perlu diperhatikan agar rasa tetap sama tidak berubah ketika dalam jangka waktu yang cukup lama
3. Persediaan bahan baku dalam pembuatan produk semua varian harus lebih diperhatikan oleh pihak mixue Cilincing Jakarta Utara agar semua menu yang diinginkan para konsumen tetap tersedia kapanpun secara lengkap.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Duli, Nikolaus. (2019). Metode Penelitian. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Daga, Rosnaini. (2017). Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan . Sulawesi Selatan: Global RCI.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2, Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, et.al. (2019). Marketing Management. Singapore: Pearson Education.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Agusti, Ivo, Selvia dan Verano, Yogaswara. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (KFC Arjuna Medan Perjuangan). Jurnal unimed Vol 11, No 1 Maret 2022, 1-6. <https://jurnal.unimed.ac.id>

Ahmad Zikri, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional 1 Sumatera. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen Vol 2 No1 2022, 923-926.

Ahmad Zikri, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional 1 Sumatera. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen Vol 2 No1 2022, 923-926.

Aruan, J.P (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Nusantara Raya Citra Rantauprapat. Jurnal Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.