



**PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN ASIA HOTEL RITZ
CARLTON MEGA KUNINGAN JAKARTA**

Syabhan Zabbar khoiri ¹, Efiani ²

STIE Pariwisata Internasional ^{1,2}
Syabanzabbar313@gmail.com¹, erfinefiani@yahoo.com²

Info Artikel :

Diterima : 5 September 2022

Disetujui : 16 September 2022

Dipublikasikan : 25 September 2022

ABSTRAK

Kata Kunci :
Kualitas
Produk,
Kualitas
Pelayanan,
Lokasi,
Kepuasan
Pelanggan

Pada kesempatan ini peneliti bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran yang berada di dalam hotel bintang 5 di Jakarta. Penulis menganalisis menggunakan regresi linier berganda, untuk menguji hipotesis menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan skala likert sebanyak 5 (lima) alternatif jawaban terlampir. Teknik pengambilan sampel adalah non-probability sampling dengan metode pengumpulan data purposive sampling. Kriteria purposive sampling adalah responden yang pernah mengunjungi dan berkunjung pertama di restoran minimal 2 (dua) kali. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik (Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Linieritas) dengan menggunakan program SPSS versi 23. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut hasil uji f menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variable kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung ke restoran tersebut.

ABSTRACT

Keywords :
Product Quality,
Service Quality,
Location,
Customer
Satisfaction

In this opportunity, the researcher aims to test and analyze the effect of product quality, service quality, and location on customer satisfaction at restaurants located in 5-star hotels in Jakarta. The author analyzes using multiple linear regression, to test the hypothesis using a sample of 100 respondents. Collecting data through a questionnaire using a Likert scale of 5 (five) alternative answers attached. The sampling technique was non-probability sampling with purposive sampling data collection method. Purposive sampling criteria are respondents who have visited and first visited a restaurant at least 2 (two) times. The data analysis technique uses the classical assumption test (Normality Test, Heteroscedasticity Test, Multicollinearity Test, and Linearity Test) using the SPSS version 23 program. The results of the t test study show that product quality has a significant effect on customer satisfaction, service quality has no significant effect on customer satisfaction, while location has a significant

effect on customer satisfaction. Meanwhile, according to the results of the f test, it shows that there is a significant influence between the variables of product quality, service quality, and location simultaneously on the satisfaction of customers who visit the restaurant.

PENDAHULUAN

Hotel adalah sebagian atau seluruh bagian gedung yang menyediakan jasa menginap, makan dan minum dan di kelola secara komersil dan professional seperti salah satu contoh hotel berbintang 5 di Jakarta yang memiliki restoran mewah di dalam nya.

Restoran adalah sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang di kelola secara komersial dan professional seperti salah satu restaurant yang berada di dalam hotel. Restoran asia adalah restoran yang berlokasi di dalam hotel the ritz carlton Jakarta, restoran ini menyediakan hidangan beragam menu asia berkonsep buffet.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasar nya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, metode ini memiliki cakupan yang luas. Metode penelitian kuantitatif ini dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan kepada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi sampel tertentu (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normallitals Data

Menurut Priyatno (2018) uji normalitas bertujuan untuk melakukan pengujian menggunakan uji Kolmogorov-smirnov (analisis explore) untuk mengetahui distribusi data pada tiap-tiap variable normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Data distribusi normal dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dari pengambilan keputusan. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan uji normalitas 1 sample kolmogorov smirnov untuk mengetahui distribusi data dengan unstaIndalrdizet residual dan kriteria pengujiannya yaitu jika nilai signifikan (Asymp sig 2 taliled) > 0,05 maka data berdistribusi normal.

**Tabel 1 Uji normalitas data
 One-Sallmple Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residua |
|------------------------------------|----------------|------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{all,b} | Mean | 0000000 |
| | Std. Deviation | 3.50617278 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,065 |
| | Positive | ,045 |
| | Negative | -,065 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 0,65 |
| Asymp. Sig. (2-taliled) | | 200 |

all. Test distribution is Normal.

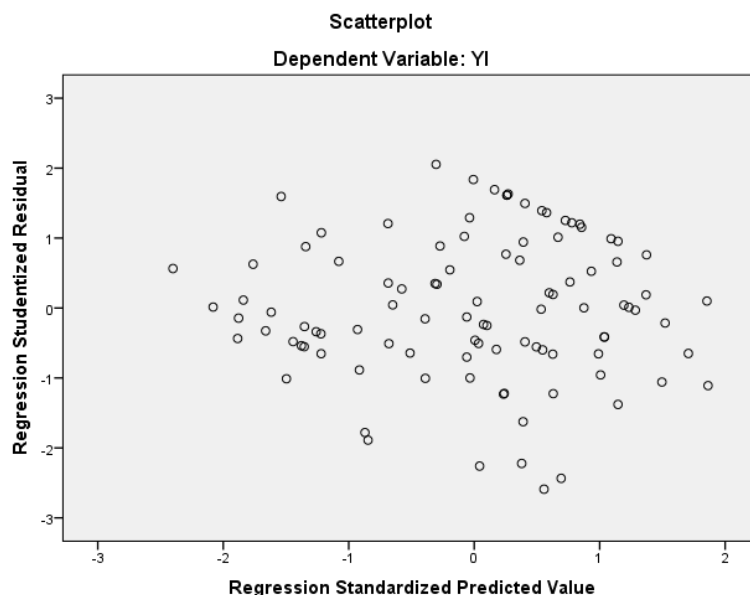
a. Calculated from data.

Sumber: SPSS 23 for windows (diolah penulis, 2022)

Dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov, residua berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05. Dengan taraf nyata $\alpha = 5\%$ atau 0,05 nilai signifikan hasil uji Kolmogorov-Smirnov table diatas ditemukan bahwa nilai signifikan adalah $0,200 > 0,05$, dengan demikian data tersebut berdistribusikan normal karena ditemukan nilai signifikan $> 0,05$. Berdasarkan hasil analisis diatas diperoleh kesimpulan bahwa asumsi kenormalan data sudah terpenuhi.

Uji Heterokedalstisitas

Uji heterokedalstisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidasmamaan varian dari residua pada saltu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya heterokedalstisitas, dimana dengan melihat pola titik-titik pada scatterpot regresi. Apabila titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisita.



Gambar 1 Uji Heterokedalstisitals

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedalstisitas pada model regresi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau *independen variabel*. Dimana akan diukur asosiasi (kerataan) hubungan atau pengaruh antara variable bebas tersebut melalui besaran koefisien (r). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen. Jika variable bebas saling berkorelasi, maka variable ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variable bebas yang nilai kolerasinya antara sesama variable bebas sama dengan nol.

Tabel 2 Uji Multikolinearitas Coefficients

| Model | | Colinearity Statistics | |
|-------|--------------------|------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | Kualitas Produk | 0,664 | 1,506 |
| | Kualitas Pelayanan | 0,673 | 1,486 |
| | Lokasi | 0,874 | 1.144 |

all. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinearitas yang biasanya dilihat dari nilai VIF (*Valriance Inflation Falctors*) dan *Tolerance*. Berdasarkan hasil pengujian diatas diketahui nilai VIF Variabel kualitas produk (1,506), Variabel kualitas pelayanan (1,486), Variabel Lokasi (1.144) dan nilai *Tolerance* Variabel kualitas produk (0,664), Variabel kualitas pelayanan (0,673), Variabel Lokasi (0,874). Jika nilai VIF <10,00 dan nilai *Tolerance* untuk ketiga variabel disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah empat variabel secara signifikan mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Untuk uji linieritas pada SPSS versi 23 digunakan *Test for linearity* dengan taraf signifikan 0,05. Empat variabel dikatakan mempunyai hubungan linear bila nilai signifikan pada Linearity kurang dari 0,05.

Tabel 3 Uji Linieritas berdasarkan nilai Linearity Anova Tabel

| | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---------------------|-----------|----------------|----|----------------|---------------|------|
| *kualitas produk | Linearity | 598.875 | 1 | 598.875 | 2.138 | ,012 |
| *kualitas pelayanan | Linearity | 238.678 | 1 | 238.678 | 13.881 | ,000 |
| *Lokasi | Linearity | 600.007 | 1 | 600.007 | 52.358 | ,000 |

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan *software* SPSS versi 23 dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada *linearity* kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05 maka disimpulkan bahwa antara variabel kualitas produk, variabel kualitas pelayanan dan variabel lokasi terdapat hubungan yang linier dan dengan ini maka asumsi linearitas terpenuhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut regresi berganda. Hal ini terjadi karena variabel independen mempunyai variabel yang lebih dari dua, maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi berganda. Dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 23, model regresi yang menunjukkan hubungan antara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi terhadap kepuasan pelanggan disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4 Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^{all}**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
| | | B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 2.38 | 2.508 | |
| | Kualitas produk | 0.253 | 0,114 | 0.219 |
| | Kualitas pelayanan | 0,103 | 0,114 | 0,89 |
| | Lokasi | 0,,361 | 0,68 | 0,457 |

all. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Sumber: SPSS 23 for windows (diolah penulis, 2022)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dapat diambil kesimpulan bahwa dari hasil analisis tersebut dinyatakan:

$$\text{Kepuasan} = 2,38 + 0,253 \text{ kualitas produk} + 0,103 \text{ kualitas pelayanan} + 0,361 \text{ lokasi}$$

Uji F

Untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda yang dihasilkan dapat digunakan sebagai model untuk memprediksi Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan di restoran asia hotel ritz carlton jakarta, maka perlu menggunakan uji F/Anova. Berikut ini akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel seperti dibawah ini:

**Tabel 5 Uji Anova
Anova^{all}**

| Model | | Sum of Squares | d | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| 1 | Regression | 732.758 | 3 | 244.253 | 19.267 | 0,000 ^b |
| | Residuall | 1217.032 | 96 | 12.677 | | |
| | Totalll | 1949.790 | 99 | | | |

all. Dependent Variabel: Kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelanggan, lokasi

Sumber: SPSS 23 for windows (diolah penulis, 2022)

Dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ atau 0,05; diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan demikian H1 Diterima dan Ho Ditolak. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa pengaruh antara Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi bersamal-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan di restoran asia hotel ritz carlton jakarta. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zahri dan Kusumastuti (2020)

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen (kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Dengan melihat output SPSS versi 23, berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial dengan uji t.

**Tabel 6 Uji t
Coefficients^{all}**

| Model | | T | Sig. |
|--------------|--------------------|----------|-------------|
| 1 | (Constant) | 0.95 | 0.924 |
| | Kualitas produk | 2.213 | 0,29 |
| | Kualitas pelayanan | 0.907 | 0.367 |
| | Lokasi | 5.299 | 0.000 |

all. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Sumber: SPSS 23 for windows (diolah penulis, 2022)

Berdasarkan hasil uji t dapat diambil kesimpulan bahwa dari hasil analisis tersebut dinyatakan:

1. Hasil uji t untuk variabel kualitas produk diperoleh dengan tingkat signifikan 0,29 dengan menggunakan batas signifikan 0,05 maka $0,29 < 0,05$.
2. Hasil uji t untuk variabel persepsi harga diperoleh dengan tingkat signifikan 0,000 dengan menggunakan batas signifikan 0,05, maka $0,000 > 0,05$.
3. Hasil uji t untuk variabel lokasi diperoleh dengan tingkat signifikan 0,000 dengan menggunakan batas signifikan 0,05, maka $0,000 > 0,005$.

Pembahasan

Dengan demikian hipotesis pertama (H1), bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran asia hotel ritz carlton jakarta. hasil dari penelitian diatas sesuai dengan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Putra, 2021) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan

Dengan demikian hipotesis kedua (H2), bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di restoran asia hotel ritz carlton jakarta dari penelitian diatas sesuai dengan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tresiya et al., 2019) Secara parsial variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Dengan demikian hipotesis ketiga (H3), bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di restoran asia hotel ritz carlton, hasil dari penelitian tersebut sesuai dengan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Donovan S. & Fadillah, 2020) Strategi Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di restoran asia hotel ritz carlton jakarta. Maka di simpulkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kontribusi sebesar 4.84%. Sedangkan Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sebesar 84.64%. Dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 22,65%. Jika variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan lokasi (X3) digabungkan secara simultan maka ditemukan bahwa ada pengaruh yang kuat antara ketiga variable secara simultan untuk menentukan kepuasan pelanggan (Y) di restoran asia hotel ritz carlton Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Donovan S., R., & Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.322>
- Fajar Laksana. (2019). *manajemen pemasaran*.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (Fandy Tjiptono (ed.); edisi 4). CV.ANDI OFFSET.
- Fandy Tjiptono. (2017). *Service Management* (Fandy Tjiptono (ed.); Edisi 3). penerbit Andi (anggota IKAPI).
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra. (2005). *Service quality & statisfaction*. Andi.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *pemasaran jasa*. Deepublish. <https://www.freepik.com/>
- herianto ari wibowo. (2017). *pelayanan konsumen.pdf*.
- Irawan, H. (2002). *kepuasan pelanggan.pdf*.
- Julius, Y., & Limakrisna, N. (2016). *manajemen pemasaran* (Deepublish (ed.)).
- Laksana fajar. (2008). *PENGERTIAN PRODUK FAJAR LAKSANA (2008).pdf*.
- marsum. (1991). *Restoran dan segala permasalahannya.pdf* (andi offset (ed.)). Andi.
- Meithiana Indrasari. (2019). *pemasaran & kepuasan pelanggan.pdf*. <https://doi.org/978-623-91788-2-6>
- nikinus kogoya, andi muhammad ismail, ratih pispitorini Y.A, ardhitya alam wiguna. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja PTPN X (PERSERO) Kebun Kertosari Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 1(1), 9–17. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i1.3>
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Rambat lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Rambat Lupiyoadi (ed.)). salemba empat.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta.
- Thamrin abdullah & Francis tantri. (2018). *management pemasaran.pdf*.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.310>
- Zahri, R. M., & Kusumastuti, D. A. (2020). Determinan Persepsi Pengguna, Kepuasan Pengguna dan Kesuksesan Implementasi E-Budgeting di Pemerintah Kota Surakarta. *Owner*, 4(1), 240. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.221>