STRATEGI PEMASARAN DALAM PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DIMEDIASI MINAT PEMBELIAN WARUNG MAKAN BU ANA

Amaliyah Mu'milah¹, Sutantri², Ivaa Khoiril Mala³
mumilahamaliyah@gmail.com¹, tantrialavano@gmail.com², ivamala180496@gmail.com³,
Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri Jawa Timur

ABSTRAK

Judul penelitian ini yakni Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Minat Pelanggan warung makan Bu Ana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh yang di terapkan oleh usaha ibu ana untuk meningkatkan penjualan. Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan membuka atau menjalankan suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan. Konsumen dalam membeli suatu produk atau jenis makanan, mereka pasti akan sangat memperhatikan pelayanan yang diberikan apakah akan memuaskan atau mengecewakan. Sebelum memutuskan untuk membeli sesuatu, setiap konsumen pasti akan mencoba untuk mencari tahu harga dari produk/jasa tersebut. Dan jenis penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk penjelasan secara terperinci. Hasil penelitian Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Makanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Kualitas makanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, serta Hasil Pengujian menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Pemasaran Kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Warung makan Bu Ana ialah salah satu jenis usaha kuliner yang menjual jenis lauk pauk seperti nasi pecel, ayam bakar, sayur lodeh dan lain-lain. Dengan cita rasa yang khas dan autentik. Sebagai usaha kuliner, warung makan Bu Ana ini memiliki persaingan yang sangat ketat dengan usaha kuliner lainnya. Sehingga memerlukan strategi pemasaran yang sangat efektif untuk dapat bersaing di pasar. Dalam jurnal ini, penulis akan membahas berbagai pengaruh kualitas makanan yang dapat diterapkan oleh warung Bu Ana, seperti promosi, penentuan harga, dan tempat. Penulis akan menjelaskan tentang strategi pemasaran tersebut dapat diterapkan untuk mencapai target yang telah diinginkan. (Mintawati et al., 2023)

Secara umum, pemasaran adalah kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, dikembangkan dalam usaha untuk mendapatkan laba. Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha. Jika warung makan Bu Ana ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan maka harus menerapkan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan Perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. (Andri Soemitra, 2022)

Hasil wawancara dengan Bu Ana selaku owner warung makan tersebut, ternyata dalam pemasarannya menggunakan system offline dan online. Offline ialah pemasaran yang mana pelanggan datang langsung ke tempat tersebut, sedangkan online dapat menggunakan media social seperti go food, shopee food, dan lain-lain. Dari segi harga masakan Bu Ana itu sangat terjangkau mulai dari harga 2000 sampai dengan harga 20.000, dan tempatnya

sangat strategis yang mana berada dipasar bandar.

Penulis juga akan membahas bagaimana kualitas makanan diwarung makan Bu Ana. Kualitas makanan adalah perpaduan diantara perlengkapan makanan yang meliputi: warna, penampilan porsi, bentuk, tesktur, aroma, tingkat kematangan, dan cita rasa dari menu makanan. Secara penampilan di warung makan Bu Ana itu sangat menarik serta memiliki cita rasa yang khas.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif yaitu data yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variable-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indiantoro dan supomo, 2014 : 12). Dalam penelitian kuatitatif ini, peneliti akan langsung terjun ke lapangan untuk meneliti objek kajian dan mengadakan interaksi langsung dengan pengusaha warung makan Bu Ana di kab. Kediri dengan bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang pengaruh kualitas makanan terhadap minat pelanggan dan meningkatkan pendapatan usaha warung makan Bu Ana.

Pendekatan kuatitatif dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif dengan alasan lebih mudah disesuaikan apabila dihadapkan pada kenyataan dilapangan karena bersifat dinamis. Lokasi pelaksanaan penelitian di jalan K.H Wahid Hasyim no.77 pasar bandar kab.kediri, provinsi jawa timur.

Wawancara ialah merupakan interaksi tanya jawab antara dua pihak dan salah satu diantara mereka memiliki tujuan yang telah ditetapkan, pelatihan wawancara harus melibatkan simulasi intensif. Kegiatan pelatihan wawancara kerja ini dilaksanakan secara interaktif melalui seminar dan praktik secara langsung. Observasi ada aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Latar belakang tempat penelitian

Warung makan bu Ana merypakan UMKM yang berjalan dibidang kuliner. Dan sekarang warung makan bu Ana suddah memiliki 3 cabang salah satunya ada di pasar bandar dengan jumlah karyawan 8 orang. Pendapatan seharusnya warung makan Bu Ana ini sekitar 2,5-30 jt. Warung makan Bu Ana ini didirikan dengan mengutamakan rasa serta kualitas bahan dari pada memberikan harga yang relative tinggi serta meniadakan PPN (pajak pertambahan nilai).

Uji Kualitas Data

Table 1. Uji Validitas

Variabel Kualitas Produk (X)	r hitung	r table	keterangan
X1	585	0,312	Valid
X2	726	0,312	Valid
X3	717	0,312	Valid
X4	269	0,312	Tidak valid
X5	607	0,312	Valid
X6	645	0,312	Valid
X7	617	0,312	Valid
X8	568	0,312	Valid

X9	574	0,312	Valid
X10	592	0,312	Valid
X11	669	0,312	Valid
Variable kepuasan pelanggan (Y)			
Y1	779	0,312	Valid
Y2	682	0,312	Valid
Y3	476	0,312	Valid
Y4	684	0,312	Valid
Y5	653	0,312	Valid
Minat pembelian (Z)			
Z1	0,379	0,312	Valid
Z2	0,394	0,312	Valid
Z3	0,629	0,312	Valid
Z4	0,629	0,312	Valid

Uji validitas adalah yang berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian kuesioner yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur dan memperoleh data penelitian dari para responden.

Dasar pengambilan Uji Validitas pearson

Pembandingan nilai r hitung dengan r tabel

1. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka dinyatakan valid
2. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka dinyatakan tidak valid

Tabel 2. Uji reabilitas
Reliability statistic variable
Kualitas produk (x)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	11

Reliability statistics variable
Kepuasan pelanggan (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.655	5

Reliability statistic variable
Minat pembelian (Z)
Cronbach's

Alpha	N of items
.044	4

Uji reanilotsi Cronbach alpha bertujuan untuk melihat apakah kusioner memiliki konsistensi jika pengukiran dilakukan dengan kusioner tersebut dilakukan secara berulang. Dasar pengambilan uji reabilitas Cronbach alpha menurut wiratna sujerweni kusioner dikatakan reliable jika nilai Cronbach alpha > 0,6.

Table 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N	40
---	----

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	34.00	
	Std. Deviation	3.097	
Most Extreme Differences	Absolute	.100	
	Positive	.066	
	Negative	-.100	
Test Statistic		.100	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.394	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.381
		Upper Bound	.406

Diketahui table diatas bahwa variable residual berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dari besarnya nilai asymp.sig.(2-tailed) yaitu sebesar 0,200 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05

Dasar pengambilan keputusan

Jika nilai sig.deviation from linearty $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variable bebas dengan variable terikat.

Jika nilai sig. deviation from linerty $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variable bebas dengan variable terikat.

Table 4. Uji linearitas ANOVA Table

			Sum of squares	df	Mean square	f	sig
Pelanggan* kualitas makanan	Between	(combined)	56.025	13	4.310	2.449	.025
	Groups	linearity	28.920	1	28.920	16.435	<.001
		Deviation from linearity	27.105	12	2.259	1.248	.285
	Within groups		45.750	26	1.760		
	Total		101.775	39			

Berdasarkan pada tabel 4. Diketahui bahwa nilai signifikansi pada deviation from linearity adalah 0,285. Hal ini diartikan bahwa probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu $0,285 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas makanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki hubungan yang linear.

Tabel 5. Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.920	1	28.920	15.084	<.001 ^b
	Residual	72.855	38	1.917		
	Total	101.775	39			

Ketika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variable X berpengaruh terhadap variable Y. jika signifikansi lebih dari 0,05 maka variable X tidak berpengaruh terhadap variable Y.

Dari output tersebut diketahui bahwa nilai F hitung =15.084 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,005$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variable kualitas makanan atau dengan kata lain ada berpengaruh variable kualitas makanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

X01	Pearson Correlation	1	.221	.031	.376*	.176	-.055	.334*	.047	.243	.031	.294	.458**
	Sig. (2-tailed)		.170	.848	.017	.277	.734	.035	.773	.131	.851	.066	.003
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan kualitas makanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sesuai dengan penelitian Al-Tit (2015) dan Nasir, Ahmed & Nazir (2014) yang menegaskan kualitas makanan sebagai salah satu pendorong utama kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung mengevaluasi kualitas makanan berdasarkan faktor-faktor tertentu seperti: kesegaran makanan yang tepat, temperatur yang wajar, variasi, kualitas rasa, dan penampilan wujud yang menarik. Menurut Canny (2014), kualitas makanan dianggap sebagai produk utama Warung Makan Bu Ana. Hasil penelitian mengungkapkan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan hasil penelitian ini mendukung penelitian Gagić, Tesonovic & Jovicic (2013); Herrmann, Xia, Monroe & Huber (2007); dan Kaura (2012). Hasil penelitian ini menegaskan kualitas makanan dan harga merupakan kriteria utama untuk menilai kepuasan pelanggan di Warung Makan Bu, baik sebelum atau setelah melakukan pembelian untuk melakukan penilaian yang lebih baik terhadap nilai yang dirasakan dan menyimpulkan tingkat kepuasan masing-masing pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri Soemitra, A.Z.S. (2022) 'Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Warung Makan Perspektif Ekonomi Islam', Center of Knowledge: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat, pp. 78–87. Available at: <https://doi.org/10.51178/cok.v2i2.715>.
- Mintawati, H. et al. (2023) 'ANALISIS STRATEGI PEMASARAN WARUNG NASI ALAM SUNDA', Jurnal Ilmiah IPS dan Humaniora (JIH), 1(1), pp. 23–27. Available at: <https://doi.org/10.61116/jiih.v1i1.37>.
- Al Rasyid, Harun. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. Jurnal Ecodomica, Vol.1 No.2
- Faradiba, & Astuti, S. R. T. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen: Studi Pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang. Diponegoro Journal of Management, 2(3), 1-11.
- Atmoko, T. P. H. (2017). Peningkatan Higiene Sanitasi Sebagai Upaya Menjaga Kualitas Makanan Dan Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Dhamar Palembang. 8(1), 1–9.
- Sari, R. K., Yulisetiari, D., Sudaryanto. (2016) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan serta Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 10(2), 115-126