

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA *RICHEESE FACTORY*

Oleh:

¹Naufal Muhadzdzib, ²Metya Lutviani, ³Sopiah

^{1,2,3}Politeknik LP3I Jakarta

Jl. Kramat Raya No.7-9 4, RT.4/RW.2, Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450.

Email: naufalmuhadzdzib28@gmail.com¹, nurqolinmetya@gmail.com², sopiah@gmail.com³

ABSTRACT

This research aims to determine the extent of the effect of product quality on customer satisfaction at the fast food restaurant Richeese Factory. The method used is descriptive quantitative through the distribution of questionnaires and interviews with 20 respondents. The data were analyzed using simple linear regression. The results showed that product quality has a very significant influence on customer satisfaction, with a regression coefficient value of 0.942 and a significance value of < 0.001 . This indicates that the better the product quality perceived by consumers, the higher their satisfaction level. The main menu of spicy chicken with cheese sauce is highly appreciated, although there are notes about inconsistency in spiciness and sauce portions. Overall, consumers are satisfied and loyal to Richeese Factory products.

Keywords: *Product Quality, Customer Satisfaction, Richeese Factory*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada restoran cepat saji Richeese Factory. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan kualitatif melalui penyebaran kuesioner dan wawancara kepada 20 responden. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.942 dan signifikansi < 0.001 . Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi tingkat kepuasan mereka. Temuan juga menunjukkan bahwa menu utama ayam pedas dengan saus keju sangat disukai oleh konsumen, meskipun terdapat catatan mengenai ketidakkonsistenan rasa dan porsi saus. Secara keseluruhan, konsumen merasa puas dan loyal terhadap produk Richeese Factory.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Richeese Factory*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, khususnya di industri makanan cepat saji, kualitas produk menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga lebih kritis dalam

menilai rasa, kebersihan, tampilan, serta konsistensi produk yang mereka konsumsi. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

Richeese Factory sebagai salah satu merek makanan cepat saji yang berkembang pesat di Indonesia, dikenal dengan menu andalannya seperti ayam pedas dan saus keju khas. Popularitas Richeese Factory tidak lepas dari citra produk yang unik dan sesuai dengan selera pasar, terutama kalangan anak muda. Namun, dalam jangka panjang, keberhasilan suatu merek sangat ditentukan oleh sejauh mana kualitas produk yang ditawarkan mampu memberikan kepuasan yang berkelanjutan kepada konsumen.

Kepuasan konsumen sendiri merupakan indikator penting yang mencerminkan kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima konsumen. Kepuasan yang tinggi akan mendorong loyalitas, rekomendasi positif, serta pembelian ulang, sedangkan ketidakpuasan dapat berdampak negatif terhadap citra dan pendapatan perusahaan.

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Richeese Factory, baik secara parsial maupun simultan.
2. Mengidentifikasi aspek-aspek kualitas produk (seperti rasa, kebersihan, penampilan, dan konsistensi produk) yang paling dominan memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.
3. Memberikan rekomendasi kepada manajemen Richeese Factory dalam meningkatkan kualitas produk guna menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen yang lebih tinggi.

Manfaat Penelitian

1. Bagi Manajemen Richeese Factory

Memberikan informasi dan pemahaman yang mendalam kepada manajemen mengenai sejauh mana kualitas produk memengaruhi kepuasan konsumen, sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan strategis untuk peningkatan mutu produk dan pelayanan.

2. Bagi Industri atau Perusahaan Serupa

Menjadi referensi dan acuan bagi pelaku industri makanan cepat saji dalam merancang strategi peningkatan kualitas produk yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, serta membantu meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

3. Bagi Konsumen

Memberikan pemahaman kepada konsumen tentang pentingnya kualitas produk dalam membentuk kepuasan, sehingga mereka dapat lebih kritis dan selektif dalam memilih produk makanan cepat saji yang sesuai dengan preferensi dan harapan mereka.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan atribut lain yang memberikan nilai tambah bagi konsumen. Dimensi kualitas produk biasanya meliputi kinerja (performance), fitur (features), reliabilitas (reliability), kesesuaian dengan spesifikasi (conformance), daya tahan (durability), dan estetika (aesthetics).

Menurut Tjiptono (2014) menambahkan bahwa kualitas produk tidak hanya berkaitan dengan produk fisik, tetapi juga menyangkut persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Dengan demikian, persepsi konsumen terhadap kualitas sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kepuasan mereka.

2. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja suatu produk dan harapannya. Jika produk yang dikonsumsi melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas atau bahkan sangat puas. Sebaliknya, jika tidak memenuhi harapan, maka akan timbul rasa kecewa.

Menurut Irawan (2008), kepuasan konsumen mencerminkan seberapa jauh pengalaman konsumen dalam menggunakan produk atau jasa sesuai dengan harapan mereka. Kepuasan ini sangat penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang.

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel, yaitu kualitas produk (variabel independen) terhadap kepuasan konsumen (variabel dependen) pada Richeese Factory.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Richeese Factory, khususnya yang pernah melakukan pembelian di salah satu outlet tertentu (misalnya: Richeese Factory cabang Kota X). Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, yaitu konsumen yang minimal telah membeli produk sebanyak dua kali. Jumlah sampel yang digunakan ditentukan menggunakan rumus Slovin atau berdasarkan pertimbangan praktis, misalnya sebanyak 100 responden

3. Teknik Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen. Kuesioner menggunakan skala Likert 1–5 untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas produk dan tingkat kepuasan. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi perusahaan, laporan sebelumnya, dan literatur terkait.

4. Variabel Penelitian

- Variabel independen (X): Kualitas Produk, yang diukur melalui beberapa indikator seperti rasa, tampilan, kebersihan, tekstur, dan konsistensi produk.
- Variabel dependen (Y): Kepuasan Konsumen, diukur berdasarkan indikator seperti harapan terpenuhi, kesesuaian dengan ekspektasi, dan niat melakukan pembelian ulang.

5. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode analisis regresi linear sederhana atau regresi linear berganda (jika indikator kualitas produk dijabarkan menjadi sub-variabel). Sebelum analisis regresi dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas).

Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program statistik seperti SPSS atau Microsoft Excel.

Tabel 1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
Kualitas Produk (X)	- Rasa makanan- Tekstur makanan- Tampilan visual produk- Kebersihan- Konsistensi rasa	Skala Likert (1-5)	Kotler & Keller (2016), Tjiptono (2014)
Kepuasan Konsumen (Y)	- Harapan terpenuhi- Merasa puas secara keseluruhan- Keinginan untuk membeli kembali- Rekomendasi ke orang lain	Skala Likert (1-5)	Kotler & Keller (2016), Irawan (2008)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Wawancara dan Kuesioner

Sebagian besar responden menyatakan puas terhadap kualitas produk Richeese Factory. Ayam yang disajikan umumnya renyah di luar dan juicy di dalam, sesuai ekspektasi. Namun, beberapa responden mengeluhkan inkonsistensi pada level kepedasan terutama pada varian *Hot Lava* dan *Fire Chicken*. Selain itu, porsi saus keju dinilai tidak selalu sesuai dengan gambar pada menu.

2. Analisis Statistik

Tabel 2 Model Summary:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.941 ^a	.886	.880	1.984

a. Predictors : (Constant),Kualitas_Produk

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai R: 0.941, dan nilai R Square: 0.886 yang artinya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Adalah sebesar 88,6% sedangkan nilai Adjusted R Square Adalah sebesar 0.880.

Tabel 3 nilai Adjusted R Square

Model	ANOVA ^a					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	552.349	3	552.349	140.327	<.001 ^b
	Residual	70.851	18	3.936		
	Total	623.200	19			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai F Adalah sebesar 140.327 dengan Tingkat Sig: < 0.001. Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui dengan df (n1) = 2, df (n2) = 17 maka didapatkan F tabel sebesar 3,090. Dari hasil uji simultan atau uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 140,327 dan nilai F tabel sebesar 3,592 Maka nilai tersebut menunjukkan F hitung > F tabel dengan Tingkat signifikansi 0.000 < a 0.05. Berdasarkan hipotesis, maka dapat diartikan H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga secara keseluruhan variabel independen yaitu kualitas produk, pelayanan, dan harga mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen.

Tabel 4 Koefisien
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.336	1.816		.736	.471
	Kualitas_Produk	.942	.080	.941	11.846	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai konstanta: 1.336 yang artinya jika nilai kualitas produk tetap maka nilai kepuasan konsumen sebesar 1.336. sedangkan nilai Kualitas Produk Adalah sebesar 0.942 artinya jika nilai kepuasan pelanggan naik 1 maka nilai kualitas produk akan naik sebesar 0.942 dengan Tingkat Sig < 0.001. koefisien regresi bernilai positif yang artinya jika kualitas produk naik maka kepuasan pelanggan akan naik.

PEMBAHASAN

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen sangat menilai tinggi kualitas menu utama Richeese Factory. Konsistensi rasa dan porsi menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan mereka. Ketika kualitas menurun atau tidak sesuai harapan, konsumen cenderung mencoba restoran lain seperti KFC atau McDonald's. Namun, secara umum konsumen tetap loyal, khususnya karena rasa pedas dan saus keju yang menjadi ciri khas tidak ditemukan di tempat lain.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen Richeese Factory, dengan koefisien regresi 0,942 dan nilai signifikansi < 0,001. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan (rasa, kebersihan, penampilan, dan konsistensi), semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan.

2. Aspek Kualitas Produk yang Paling Dominan

Dari wawancara dan hasil kuesioner, aspek rasa—khususnya menu ayam pedas dengan saus keju khas—menjadi faktor dominan yang memengaruhi kepuasan konsumen. Namun, konsumen juga menyoroti adanya ketidakkonsistenan dalam tingkat kepedasan dan porsi saus, sehingga konsistensi rasa dan takaran menjadi aspek kualitas yang paling perlu diperhatikan untuk menjaga kepuasan konsumen.

3. Rekomendasi bagi Manajemen Richeese Factory

Untuk meningkatkan kepuasan sekaligus mendorong loyalitas konsumen, manajemen perlu fokus pada:

- Standarisasi kualitas produk di seluruh outlet agar rasa dan porsi sesuai ekspektasi.
- Pelatihan karyawan dapur dan pelayanan untuk memastikan kebersihan, penyajian, dan konsistensi terjaga.

- c. Inovasi menu berbasis rasa khas saus keju sebagai diferensiasi yang tidak dimiliki pesaing, sehingga dapat memperkuat loyalitas konsumen dalam jangka panjang

Saran

Saran yang dapat dilakukan oleh Recheese Factory untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan :

1. Standarisasi Produk dan Rasa, Menetapkan *Standard Operating Procedure (SOP)* yang ketat untuk pengolahan ayam dan saus keju di seluruh outlet. Dan Melakukan *quality control* rutin agar tingkat kepedasan dan porsi saus konsisten sesuai standar.
2. Pelatihan Karyawan Dapur dan Lini Pelayanan, Mengadakan pelatihan berkala terkait teknik memasak, penyajian, dan kebersihan, Memberikan modul khusus tentang *customer experience* untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Inovasi Produk dan Menu Mengembangkan variasi menu baru berbasis saus keju khas sebagai *signature dish* untuk mempertahankan keunikan brand dan menambahkan opsi level kepedasan yang lebih terukur agar konsumen bisa memilih sesuai preferensi.
4. Peningkatan Visual dan Presentasi Produk, Memastikan tampilan makanan sesuai dengan yang ditampilkan di menu promosi atau iklan dan menjaga kebersihan kemasan, wadah saus, dan area penyajian.
5. Feedback Konsumen yang Terintegrasi, Membuat kanal khusus *customer feedback* (misalnya QR code di struk atau meja makan) untuk menerima kritik dan saran langsung dan menggunakan data kepuasan konsumen sebagai dasar perbaikan layanan dan inovasi menu.
6. Program Loyalitas Konsumen, menawarkan program *membership* atau *point reward* untuk meningkatkan pembelian berulang, dan memberikan promo khusus untuk pelanggan tetap atau melalui aplikasi Richeese Factory.
7. Penguatan Diferensiasi Merek, mengoptimalkan promosi yang menonjolkan rasa khas pedas dan saus keju sebagai ciri utama dan menjalin kolaborasi dengan *influencer* kuliner untuk memperkuat citra produk unik dan berkualitas

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip & Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widyastuti, N. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Kuliner Cepat Saji*. Jurnal Ilmu Manajemen, 9(1), 34-40.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education