

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT MEMBELI KEMBALI PADA RUMAH MAKAN PAK POEN AYAM JUMBO MADIUN

Khoirul Nasrudin¹⁾, Hari Purwanto ²⁾, Metik Asmike ³⁾

¹Universitas PGRI Madiun

Khoirun_n@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun

Hari.purwanto@unipma.ac.id

³Universitas PGRI Madiun

metik.asmike@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality and product quality on the intention to buy back at the Pak Poen Ayam Jumbo Madiun Restaurant. The type of research used in this study is a quantitative approach. In the research using Probability Sampling technique. Sampling using Purposive Sampling technique. The sample used was 384 respondents. Based on the results of statistical tests, it shows that partially service quality has a positive and significant effect on repurchasing intentions, product quality has a positive and significant effect on repurchasing intentions, and simultaneously service quality and product quality on consumer buying intentions at Pak Poen Ayam Jumbo Restaurant Madison.

Keywords: *service quality, product quality, and intention to repurchase*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pada penelitian menggunakan teknik *Probability Sampling*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 384 responden. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli kembali, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli kembali, dan secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat membeli konsumen pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, kualitas produk, dan minat membeli kembali*

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner adalah suatu bisnis yang bergerak dalam bidang makanan baik dalam hal pembuatan, penyajian hingga penjualan suatu produk tertentu kepada pelanggan. Bisnis kuliner mempunyai kecenderungan yang terus meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitas karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa banyaknya pilihan kuliner yang bermunculan tidak lepas dari selera masyarakat yang beragam.

Tingkat persaingan dibidang kuliner saat ini semakin ketat, karena setiap produsen senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru.

Pada dasarnya dengan semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya, sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam memilih produk yang diluncurkan di pasaran. Dewasa ini bisnis di bidang kuliner meliputi berbagai ragam, sebagai contoh adalah bisnis kafe, restoran, kedai kopi dan bisnis sejenis lainnya. Tingginya minat masyarakat mengenai kuliner makanan, maka membuat pemilik usaha untuk mendirikan rumah makan/restoran.

Rumah makan atau restoran merupakan istilah untuk menyebut usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat serta menyediakan tempat guna menikmati hidangan, dan juga menetapkan tarif atau biaya tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Rumah makan adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan atau minuman (Marsum, 2017). Meski pada umumnya rumah makan menyajikan ditempat, tetapi ada juga beberapa yang menyediakan layanan take-out dining dan delivery service sebagai salah satu bentuk pelayanan kepada masyarakat. Rumah makan biasanya memiliki spesialis dalam jenis makanan yang dihidangkan seperti ayam bakar yang tak pernah sepi peminat. Seperti pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun.

Fokus dalam penelitian ini yaitu pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun yang berlokasi di Jl. Ring Road Barat No.3, Ngegong, Kec. Manguharjo, Kota Madiun, Jawa Timur 63125. Ayam Jumbo Pak poen madiun adalah Rumah Makan dengan mengusung konsep makan & minum enak itu gak harus mahal. Dimana Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun termasuk dalam rumah makan berjenis Casual Style Dining yang memiliki menu special yaitu ayam bakar. Adapun alasan peneliti melakukan penelitian pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun yaitu sangat banyaknya masyarakat yang tertarik untuk mengunjungi Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun tersebut. Dimana di Kota Madiun persaingan usaha rumah makan sangat ketat.

Selain itu, beragamnya menu yang ada pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun banyak menarik minat pembeli walaupun menu utama Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun adalah ayam. Adapun beberapa menu pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun yaitu Ayam bakar, ayam goreng, ayam goreng kremes, nasi goreng, cah kangkong, bebek goreng, bebek bakar, soto ayam kampung, ayam special garang asem, cap jay, dan lain-lain. Untuk jenis snack yang tersedia yaitu Roti bakar coklat, rpti bakar keju, roti bakar coklat keju, sosis goreng,

sisis goreng pedas, kentang goreng, dan lain-lain sedangkan untuk minumannya terdiri dari beragam es campur dan beragam jus buah, dan jenis minuman lainnya.

Fenomena yang menunjukkan bahwa konsumen yang merasa senang setelah mengunjungi Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun akan memiliki minat untuk membeli Kembali makanan pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun. Minat Membeli Kembali merupakan suatu keinginan untuk mendatangi suatu tempat secara berulang. Hal ini dikarenakan adanya rasa senang ketika mendatangi tempat tersebut. Minat beli ulang menunjukkan keinginan pembeli untuk melakukan kunjungan ulang di masa yang akan datang. Perilaku pembelian ulang seringkali dikaitkan dengan loyalitas. Namun keduanya berbeda. Perilaku pembelian ulang hanya menyangkut pembelian ulang merek tertentu yang sama secara berulang-ulang, sedangkan loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu.

Menurut Thamrin & Francis (2014), Minat Beli Ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Minat Beli Ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk. Keputusan untuk mengadopsi atau menolak suatu produk timbul setelah konsumen mencoba suatu produk tersebut dan kemudian timbul rasa suka atau tidak suka terhadap produk tersebut. Rasa suka terhadap produk timbul bila konsumen mempunyai persepsi bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen. Dengan kata lain produk tersebut mempunyai nilai yang tinggi di mata konsumen. Tingginya minat beli ulang ini akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan produk di pasar (Nurhayati & Murti, 2012).

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa jumlah penunjung Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun semakin mengalami peningkatan setelah pernah mengalami penurunan yang cukup signifikan hingga pernah tidak beroperasi selama 1-2 bulan dikarenakan adanya Pandemi Covid 19 pada bulan September-Oktober 2020.

Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik. Pelayanan menurut Kasmir, (2017) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk

memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Lestiyono (2018) terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yakni, pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*). Implikasinya, baik buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Adapun indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan pihak Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun kepada pengunjung sangat baik. Hal tersebut dapat dilihat dari pihak Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun mampu memberikan pelayanan yang cepat, sehingga pengunjung tidak harus mengantri lama dalam menunggu pesanan. Pihak Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun sangat ramah, sopan, dan berpakaian rapi dalam melayani pembeli, dan lokasi Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun sangat nyaman dan aman, karena lokasinya yang luas dengan interior yang menarik.

Adanya pelayanan yang baik mampu meningkatkan minat beli pengunjung pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun. Oleh karena itulah kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam menarik minat pembeli. Jadi, adanya kualitas pelayanan pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun dapat mempengaruhi minat beli pengunjung pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun.

Penelitian yang dilakukan oleh Halim, (2018) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membeli ulang pada Salma Coffee Break Bekasi. Penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti & Almaidah (2020) juga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang dengan dimediasi kepuasan pelanggan D'fresco Donut. Penelitian yang dilakukan oleh Anwar & Wardani (2021) juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membeli kembali pada e-commerce Shopee. Selaras dengan penelitian Ermini et al., (2023) Adanya pengaruh yang signifikan dan positif kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada The Hungry Burger (THB).

Untuk variabel selanjutnya yang mempengaruhi Minat Beli pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun yaitu Kualitas Produk. Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik

mengenai kualitasnya. Hal ini dikarenakan bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri.

Menurut Kotler & Keller (2015) bahwa Kualitas Produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan Kualitas Produk atau jasanya karena peningkatan Kualitas Produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa produk yang dijual pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun memiliki kualitas yang baik. Berdasarkan informasi dari pemilik Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun menjelaskan bahwa bahan-bahan yang digunakan untuk membuat makanan dan minuman yang dijual Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun menggunakan kualitas yang terbaik, rasa makanan dan minuman yang dijual pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun sangat enak karena banyak dari pengunjung yang menyukainya, makanan dan minuman yang dijual pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun memiliki daya tahan yang cukup lama, dan juga menu makanan dan minuman yang dijual pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun beragam dan memiliki bentuk yang menarik saat disajikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Anwar & Wardani (2021) juga menjelaskan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang. Besarnya 0,463 dimana sebesar 46,3% kualitas produk dan kualitas pelayanan di e-commerce Shopee dipengaruhi oleh minat beli ulang dan sisanya 53,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh 0,377 yang berarti sebesar 37,7% dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 0,342 yang berarti sebesar 34,2%. Selaras dengan penelitian yang dilakukan Ramadhan et al., (2023) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Penelitian yang dilakukan oleh Arianto & Difa (2020) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan baik secara parsial ataupun simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2018) juga menjelaskan bahwa secara parsial ada pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli Kembali sebesar 52,7% dan sisanya 47,3% dipengaruhi oleh variabel lain, secara parsial ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat beli Kembali sebesar 40,6% dan sisanya 59,4% dipengaruhi oleh variabel

lain, secara simultan ada pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli Kembali sebesar 58,6% dan sisanya 41,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2016) yang menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang pada Supermarket Top Bangunan Kediri. Penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti & Almaidah (2020) juga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan dimediasi kepuasan pelanggan D'fresco Donut. Penelitian yang dilakukan oleh Anwar & Wardani (2021) juga menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membeli kembali pada e-commerce Shopee. Selaras dengan penelitian yang dilakukan Hapsara et al., (2023) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli di restoran Seporsi Mie Kari.

KAJIAN TEORI

Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen adalah studi yang mempelajari tentang tindakan seseorang terhadap sebuah produk, jasa, brand atau perusahaan. Proses pengambilan keputusan untuk menghabiskan uang, waktu, dan tenaga seorang pelanggan juga menjadi bagian dari studi tersebut. Menurut Kotler & Keller (2013), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Minat Membeli

Pengertian minat beli ulang menurut Olson & Peter (2014) adalah kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Kepuasan yang diperoleh seorang pelanggan, dapat mendorong seseorang untuk melakukan pembelian ulang, menjadi loyal terhadap produk tersebut ataupun loyal terhadap toko tempat dia membeli barang tersebut sehingga konsumen dapat menceritakan hal-hal yang baik kepada orang lain

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2015) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman, (2014)

menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan. Pelayanan dan pemberian dukungan kepada pelanggan menurut Pramono (2014) adalah kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugasnya yaitu memberikan layanan dan dukungan dengan penuh komitmen serta kemampuan memecahkan masalah pada saat pemberian layanan itu berlangsung.

METODE PENELITIAN

Desain dalam penelitian ini menggunakan model pendekatan kuantitatif. Secara empiris, kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk mengukur data yang bersifat kuantitatif dalam bentuk angka-angka melalui perhitungan ilmiah (Sugiyono, 2017). Model pendekatan ini berasal dari data yang dikumpulkan peneliti atas pernyataan yang dijawab oleh responden sehingga peneliti dalam menetapkan frekuensi dari tanggapan tersebut (Arikunto, 2019).

Menurut Sugiyono, (2017) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{Z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,05^2}$$
$$n = 384,16$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Nilai Standar = 1,96

P = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = alpha (0,05) atau sampling error = 5%

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 384,16 yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 385 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah. Jadi, Sampel penelitian ini yaitu pengunjung pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun sebanyak 385 responden

HASIL PENELITIAN

Deskripsi Data Penelitian

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Variabel pada penelitian ini meliputi 3 variabel yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan minat membeli kembali. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pengklasifikasian responden berdasarkan usia dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1 Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	< 25 Tahun	39	10,13%
2.	25 – 40 Tahun	257	66,75%
3.	> 40 Tahun	89	23,12%
Jumlah		385	100 %

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan table di atas, menunjukkan bahwa 385 pengunjung Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun yang menjadi responden dalam penelitian ini mayoritas berusia 25 – 40 tahun sebanyak 257 responden atau sebesar 66,75%. Hal ini dikarenakan orang yang berkunjung pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun mayoritas sudah berumah tangga dan sudah bekerja, karena mereka memilih untuk makan di Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun Bersama dengan keluarga atau teman kerja. Oleh karena itulah banyak pengunjung Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun yaitu berusia 25 – 40 tahun.

Uji Normalitas

Uji normalitas data bisa menggunakan uji normalitas dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.95097599
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.108
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.071 ^c

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas, dapat diketahui dari keempat variabel yang diteliti meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk, dan minat membeli kembali memiliki nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05* sehingga ketiga variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Analisis Regresi Kinier Berganda

Menurut Sugiyono (2017) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi). Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.152	.491		4.383	.000
Kualitas Pelayanan	.536	.122	.411	4.393	.000
Kualtas Produk	.809	.123	.547	6.585	.000

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan Tabel di atas, maka persamaan garis regresi linier berganda yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i$$

$$\hat{Y} = 2,152 + 0,536X_1 + 0,809X_2 + e_i$$

Sesuai dengan persamaan regresi yang diperoleh, maka model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta = 2,152. Nilai konstanta menunjukkan nilai positif sebesar 2,152. Hal ini menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan e_i (variabel lain yang tidak diteliti) bernilai konstan (0), maka minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun sebesar 2,152.
2. Nilai koefisien $b^{-1} = 0,536$, berarti bahwa apabila nilai variabel kualitas pelayanan (X_1) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun mengalami peningkatan sebesar 0,536 point.
3. Nilai koefisien $b^{-2} = 0,809$, berarti bahwa apabila nilai variabel kualitas produk (X_2) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka minat membeli kembali pada

Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun mengalami peningkatan sebesar 0,809 point.

Uji Parsial (Uji T)

Hasil analisis uji t dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Analisis Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.152	.491		4.383	.000
Kualitas Pelayanan	.536	.122	.411	4.393	.000
Kualtas Produk	.809	.123	.547	6.585	.000

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis data table di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan (X_1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,393 > 1,984$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya adalah secara parsial variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun, sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun juga akan semakin meningkat.
2. Pada variabel kualitas produk (X_2) $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,585 > 1,984$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya adalah secara parsial variabel kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun, sehingga hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk maka minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun juga akan semakin meningkat.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil uji F dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Analisis Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2558.613	2	1279.307	77.238	.000 ^b
	Residual	347.272	382	.909		
	Total	2905.886	384			

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa besarnya $F_{hitung} = 77,238 > F_{tabel} = 3,087$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun, sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk maka minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun juga meningkat.

Uji Determinasi

Besarnya proporsi/persentase sumbangan ini disebut koefisien determinasi berganda, dengan symbol R^2 . Untuk nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6 Tabel Koefisien Determinasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.922 ^a	.851	.850	1.95346	2.074

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R_{square} mendekati 1 yaitu 0,851, berarti ada pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk persentase sumbangan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun sebagai berikut:

$$R_y^2 \times 100\% = 0,851 \times 100\% \\ = 85,1\%$$

Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat membeli kembali pada Rumah Makan

Pak Poen Ayam Jumbo Madiun sebesar 85,1%. sedangkan sisanya yaitu 14,9% dipengaruhi variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun, sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun juga akan semakin meningkat..
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengaruh kualitas produk terhadap minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun, sehingga hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk maka minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun juga akan semakin meningkat.
3. Terdapat berpengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun, sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk maka minat membeli kembali pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun juga meningkat.

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain:

- 1) Bagi pihak Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun
 - a) Hendaknya semakin meningkatkan kualitas produk pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun terutama dalam hal ragam jenis makanan yang dijual
 - b) Hendaknya terus meningkatkan pelayanan yaitu mengenai kecepatan karyawane dalam melayani pembeli.
- 2) Bagi konsumen, hendaknya tetap setia membeli makanan pada Rumah Makan Pak Poen Ayam Jumbo Madiun dan merekomendasikannya kepada orang lain.
- 3) Bagi peneliti lain, untuk ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang mempengaruhi minat membeli kembali yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett di E-Commerce Shopee. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 108–119.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Bineka Cipta.
- Ermini, Suryati, Najib, M., & Nindiati, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1), 36–51. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i1.9814>
- Halim, H. A. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP SIKAPKONSUMEN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT BELI ULANG (Studi Kasus pada Salma Coffee Break Bekasi)*. UIN Ayarif Hidayatullah.
- Hapsara, V., Darmawan, A. K., & Marselino, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Kembali Di Seporsi Mie Kari Alam Sutera. *Jimas*, 2(1), 101–119.
- Kasmir. (2017). *Pemasaran Bank*. Kencana.
- Kotler, P, & Keller, K. . (2015). *Marketing Managemen*. Erlangga.
- Lestiyono, U. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen cv. multi usaha raya jepara*. Universitas Negeri Semarang.
- Marsum, W. (2017). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Penerbit Andi.
- Nurhayati, N., & Murti, W. W. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. *Value Added*, 8(2), 47–62.
- Olson, & Peter, J. P. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Parasuraman. (2014). *The Behaviorial of Service Quality*. Prentice Hall.
- Pramono. (2014). *Pertimbangan dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press.
- Rahayu, R. T. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli produk kosmetik online pada mahasiswa jurusan perbankan syariah FEBI institut agama islam negeri ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

- Ramadhan, M. A., Anwar, S. M., & Hasbi, A. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Aroma Malaja. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 365–369.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Thamrin, & Francis, T. (2014). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Wijayanti, H. T., & Almaidah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang D’fresco Donut Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Buletin Ekonomi*, 2(2), 225–238.
- Wulandari, I. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Supermarket Top Bangunan Kediri*. Universitas Nusantara Persatuan Republik Indonesia