

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kesadaran Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Murtiasih Frozenfood di Kota Malang

Ray Aldi Ludiansyah¹
Ronny Malavia Mardani²
Mohamad Bastomi³

Email : 21901081310@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to examine and explain the effect of service quality, product quality and halal awareness on customer satisfaction of Murtiasih Frozenfood in Malang City. The sample used in this study was 60 respondents using the non-probability sampling technique of the Malhotra method. The data analysis method used in this study is quantitative data analysis using multiple linear regression analysis. Testing the data used is partial hypothesis testing (t test). The results of this study indicate that partially (t test) the service quality variable has a significant effect on Murtiasih Frozenfood customer satisfaction, the product quality variable has no significant effect on Murtiasih Frozenfood customer satisfaction and the halal awareness variable has a significant effect on Murtiasih Frozenfood customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Halal Awareness and Customer Satisfaction*

Pendahuluan

Perilaku dan aktivitas masyarakat di era digital saat ini sudah banyak berubah. Perubahan perilaku seiring dengan perkembangan teknologi berdampak signifikan terhadap perkembangan bisnis yang pesat, terbukti dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 5,01 persen pada triwulan I tahun 2022 (BPS-Statistik Indonesia, 2021). Hal ini mendorong pertumbuhan industri dan mendorong persaingan di industri yang berbeda, memungkinkan mereka bersaing untuk mendapatkan loyalitas pelanggan dengan memahami kebutuhan konsumen. Salah satu bisnis yang paling meningkat sekarang ini adalah bisnis kuliner. Setiap pemilik usaha atau pelaku bisnis kuliner dituntut untuk memiliki kemampuan membuat konsumen merasa lebih puas dengan pelayanan yang diberikan dan menerapkan promosi penjualan yang tepat untuk menarik perhatian konsumen dan menunjukkan capaian dari target penjualan (Santoso & Samboro, 2017).

Hamdani et al, (2019) menjelaskan bahwa dari 16 sektor industri kreatif, ada tiga sektor yang menyumbang 30% untuk perekonomian kreatif. Tiga sektor itu yakni kuliner, mode, dan kerajinan. Kuliner memberi sumbangsih hingga 34%. Nampak bahwa bisnis kuliner memberikan kontribusi terbesar untuk sektor ekonomi kreatif. Melihat kondisi tersebut, Sanusi (dalam Patri, 2020) mengatakan bahwa bisnis waralaba tahun ini masih akan didominasi sektor makanan dan minuman (mamin). Meningkatnya bisnis sektor kuliner ini bisa dilihat dari besarnya investasi yang ada.

Dalam berbisnis kuliner, yang perlu diperhatikan yaitu bukan hanya soal rasa, tetapi juga pelayanan, keunggulan produk dan kesadaran halal penjualan menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh para pengusaha kuliner. Dalam penelitian ini, peneliti memilih salah satu toko *frozen food* yang ada di kota Malang tepatnya Jl. Bengkulu No.11 kecamatan Klojen Kota Malang yaitu Murtiasih Frozenfood, Toko Murtiasih frozenfood merupakan salah satu distributor makanan beku yang dikirim langsung dari pabrik, toko murtiasih sendiri sudah

berdiri sejak tahun 2003 sampai sekarang. Akan tetapi seiring berjalannya waktu semakin banyak munculnya pesaing lain yang berpengaruh terhadap minat beli pelanggan. Oleh karena itu pelayanan pelanggan, kualitas produk dan kesadaran halal sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Sholeha et al., (2018) kepuasan pelanggan memiliki dampak positif bagi perusahaan dalam mengedepankan terciptanya loyalitas pelanggan dan memperkuat reputasi atau nama perusahaan bagi pelanggan, oleh karena itu setiap perusahaan harus memahami harapan pelanggan mengenai produk atau jasa yang diberikan. Memberikan pelayanan yang berkualitas dapat dapat mempererat hubungan internal antar pengusaha dan untuk konsumen. Menurut Panjaitan & Yuliati (2016), kualitas pelayanan perlu dipahami oleh perusahaan agar dapat menjadi nilai tambah sebagai pelanggan, kualitas pelayanan perlu menjadi perhatian besar bagi perusahaan. Menurut Setiawan et al., (2020) apabila pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang didapat maka pelanggan akan oyal dan mempengaruhi bisnis untuk berkembang. Sebaliknya, apabila perusahaan memberikan pelayanan yang buruk dan tidak adanya evaluasi untuk memperbaiki pelayanan maka akan dapat merugikan perusahaan itu sendiri. Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Basuki (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk juga sangat perlu diperhatikan oleh seluruh kalangan bisnis karena merupakan hal yang diperlukan agar bisnis dapat bertahan dan memenuhi keinginan konsumen. Menurut Oktaviani (2017) kualitas produk dapat ditentukan dari kemampuan produk dalam melakukan fungsinya seperti daya kuat produk dalam bertahan, realibilitas, efektif, dan memiliki nilai tambah yang berbeda. Menurut Anggraeni et al., (2016) apabila kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan maka akan dapat menciptakan kepuasan pada pelanggan. Kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan merupakan produk yang diperjual belikan dalam bentuk *frozen food* yang telah dibuat dari pabrik. Akan tetapi, kualitas produk perlu diperhatikan oleh perusahaan seperti bentuk kemasan yang masih layak dijual atau memperhatikan dalam memilih distributor terbaik yang dapat memberikan produk yang dibutuhkan oleh pelanggan dan aman dikonsumsi. Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Basuki (2022) dalam penelitiannya menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

Selain kualitas pelayanan dan kualitas produk, kesadaran halal merupakan bagian penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kesadaran halal akan berguna dalam memperluas informasi mengenai syariat muslim yang berhubungan dengan standar halal dan informasi tersebut mencakup pemahaman mengenai produk yang dapat dikonsumsi dan tidak dapat dikonsumsi bagi seorang muslim dan cara pembuatannya (Safitri et al., 2021). Produk yang dikonsumsi atau makanan minuman dalam hukum diatur dalam UU No.33 Tahun 2014 mengenai jaminan produk halal yang mewajibkan produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Semakin tinggi tingkat kesadaran pelanggan dalam mengkonsumsi produk halal, maka semakin jelas tolak ukur kepuasan pelanggan dalam mengkonsumsi produk tersebut (Nurchayani, 2022). Kesadaran halal pada toko Murtiasih Frozenfood perlu diperhatikan seperti adanya label halal yang bersertifikat MUI. Karena banyaknya produk yang dijual bersumber dari daging-dagingan, sehingga perlu mensortir kembali barang yang dijual dengan layak dan dapat dipastikan produk tersebut halal dikonsumsi. Pelanggan akan merasa puas dengan produk yang terjamin kehalalannya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Nofrianto (2018) yang menyatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Lebih lanjut, peneliti melakukan pra-survey dengan tujuan mendapatkan informasi

mengenai keluhan konsumen pada Murtiasih Frozenfood yang disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Data Rata- Rata Keluhan Pelanggan Per Bulan Tahun 2020- 2022

Keluhan Konsumen	Tahun		
	2020	2021	2022
Pesanan tidak sesuai	10	6	9
Pembayaran belum praktis	8	7	10
Lambannya penerimaan pesanan	15	12	18
Lambannya respon dari karyawan	28	32	38
Tidak diberikan uang kembalian	10	12	10

Sumber: Murtiasih *Frozenfood*, 2022

Tabel 1 menunjukkan keluhan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan didominasi oleh lambatnya respon karyawan, penerimaan pesanan yang lambat, dan tidak diberikan uang kembalian. Sedangkan untuk keluhan terkait pesanan yang berbeda dan pembayaran yang belum praktis relatif kecil. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa keluhan pelanggan mengenai kualitas pelayanan masih tinggi, sehingga perlu adanya evaluasi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Dari pemaparan latar belakang yang dijelaskan dapat diketahui permasalahan-permasalahan yang muncul sehingga membuat peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut. Maka dari itu, penulis mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kesadaran Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Murtiasih *Frozenfood* Di Kota Malang”**.

Landasan Teori Dan Pengembangan HipotesisKepuasan Pelanggan

Menurut Ariyanti et al., (2022) kepuasan adalah reaksi seseorang terhadap kepuasan atau ketidakpuasan mereka kepada kinerja ataupun hasil suatu barang atau jasa relatif terhadap harapannya. Menurut Halizah et al., (2022) kepuasan pelanggan merupakan perasaan konsumen, baik kesenangan maupun kekecewaan diperoleh dari membandingkan penampilan suatu produk berkaitan denganharapan konsumen terhadap produk.

Menurut Siregar (2021), Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan atas jasa, kualitas produk, harga, faktor situasi atau kondisi, faktor pribadi. Selain itu, menurut Hasibuan et al (2021) kepuasan pelanggan dapat dengan beberapa indikator antara lain, kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Maulana (2021), kualitas pelayanan adalah sebagai keseluruhan bentuk kegiatan yang dilakukan oleh penjual kepada pihak konsumen yang bertujuan memberikan kepuasan atas produk atau jasa yang diberikan. Sedangkan Kotler & Armstrong (2016) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari sebuah produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Panutan (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap pelanggan antara lain, yaitu sikap dan perilaku karyawan, kepuasan kerja karyawan, motivasi kerja karyawan, sistem dan prosedur kerja, kemampuan karyawan dalam melayani, suasana dan lingkungan kerja, dukungan teknologi dan fasilitas, kepemimpinan, kerjasama tim dan peran karyawan. Terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan (Hasibuan et al., 2021). Indikator tersebut antara lain, yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan *tangibles* (bukti fisik).

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah sesuatu yang konsumen dapat kenali, tuntut, dan penuhi

kebutuhannya dapat digunakan yang ditawarkan oleh perusahaan. Mengingat produk sangat erat kaitannya dengan tujuan kegiatan pemasaran suatu perusahaan, maka kepuasan pelanggan, kualitas produk harus menjadi fokus utama perusahaan atau produsen (Daga, 2017). Menurut Amron (2018) kualitas produk merupakan sebuah produk memiliki kemampuan dalam menjalankan sesuai fungsinya hal termasuk seperti ketahanan produk, keandalan dan keakuratan sebuah produk.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk menurut Gea (2020) antara lain, yaitu proses pembuatan produk, aspek penjualan, perubahan permintaan pelanggan dan peranan inspeksi. Indikator dalam mengukur kualitas produk Menurut Armstrong (2018) antara lain, yaitu citra rasa, fitur produk dan daya tahan kemasan.

Kesadaran Halal

Menurut Pambudi (2018) kesadaran halal adalah suatu pemahaman sebagai muslim terhadap konsep halal, proses halal, dan prinsip halal yang memprioritaskan hanya produk halal yang dapat dikonsumsi. Menurut Triana (2021) Kesadaran halal merupakan penguasaan seorang muslim tentang seluruh bagian yang berhubungan dengan halal dan haram sesuai syariah Islam berlandaskan Al- Quran dan hadist terutama dalam segi makanan dan minuman.

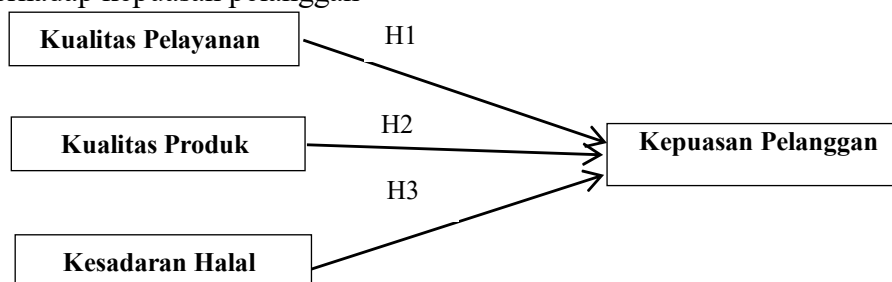
Menurut Juniawati (2022) faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran antara lain, yaitu bahan baku halal, kewajiban agama, proses produksi dan kebersihan produk. Menurut Hapsari et al., (2019) indikator dari kesadaran halal yaitu antara lain, yaitu pemahaman atau pengetahuan, prioritas mengkonsumsi produk halal, sadar akan halal dan keamanan produk.

Hipotesis

Dalam penelitian ini, hipotesis diajukan dengan tujuan untuk memberikan arah dan pedoman bagi penelitian yang akan dilakukan. Jika ternyata hipotesis tidak terbukti dan berarti salah, maka masalahnya adalah dapat diselesaikan dengan kebenaran yang ditetapkan atas dasar keputusan berhasil dieksekusi sejauh ini.

H1: Terdapat pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

H2: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan H3: Terdapat pengaruh kesadaran halal terhadap kepuasan pelanggan



Gambar 1. Model Penelitian

Metode Penelitian

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif atau *explanatory research*. Menurut Zaluchu (2020) penelitian ini juga disebut dengan *explanatory research* yang artinya menjelaskan jawaban dari penelitian yang menjadi bahan kajian yang memiliki tujuan untuk menentukan hipotesis. Informasi yang diperoleh dari survei ini merupakan hasil pendataan langsung dari seluruh pelanggan. Peneliti memperoleh data dalam penelitian ini dari data primer merupakan data yang diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berisi tentang Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas

Produk (X2), Kesadaran Halal (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di toko Murtiasih Frozenfood Jl. Bengkulu No.11 kecamatan Klojen Kota Malang. Pengambilan data pada penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2022 sampai bulan Mei 2023.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang berkunjung ke toko Murtiasih *Frozenfood* yang belum diketahui jumlah pastinya. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling. Penentuan sampel ini menggunakan rumus Malhotra. Menurut Indrawan dan Yaniawati (2016) mengemukakan bahwa rumus Malhotra yaitu “Dimana penentuan perhitungannya adalah bergantung dari jumlah indikator dikali 4 atau 5”. Perhitungannya ialah, jumlah indikator sebanyak $15 \times 4 = 60$ responden.

Metode Analisa Data

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat uji statistik yaitu SPSS.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Indikator	r Hitung	r tabel N=60, a = 5%	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0.808	0.254	Valid
	Y.2	0.787		Valid
	Y.3	0.829		Valid
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.644	0.254	Valid
	X1.2	0.732		Valid
	X1.3	0.747		Valid
	X1.4	0.781		Valid
	X1.5	0.718		Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0.784	0.254	Valid
	X2.2	0.779		Valid
	X2.3	0.842		Valid
Kesadaran Halal (X3)	X3.1	0.616	0.254	Valid
	X3.2	0.836		Valid
	X3.3	0.671		Valid
	X3.3	0.851		Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 nilai r hitung pada seluruh item pertanyaan dalam kuesioner menunjukkan nilai lebih besar dari r tabel dan dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner menunjukkan hasil valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.738	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X1)	0.780	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0.720	Reliabel
Kesadaran Halal (X3)	0.738	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa semua variabel yang digunakan memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7 dengan nilai variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.738, kualitas pelayanan sebesar 0.780, kualitas produk sebesar 0.720 dan kesadaran halal sebesar 0.738. Sehingga kesimpulannya yaitu instrument pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.60892250
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.049
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4 hasil pengujian normalitas menggunakan *kolmogorov smirnov test* diketahui bahwa nilai sig yang diperoleh $0.200 > 0.05$ yang menunjukkan bahwa observasi ini berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolonearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0.306	3.264	Bebas multikolinearitas
Kualitas Produk (X ₂)	0.592	1.688	Bebas multikolinearitas
Kesadaran Halal (X ₃)	0.293	3.418	Bebas multikolinearitas

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 hasil pengujian asumsi multikolinearitas diketahui bahwa nilai *tolerance* dan VIF pada variabel kualitas pelayanan (X₁), variabel kualitas produk (X₂) dan variabel kesadaran halal (X₃) memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ atau VIF < 10 . Kesimpulan dari hasil uji tersebut adalah model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.767	.442		1.735	.088
X1	-.023	.035	-.156	-.654	.516
X2	.026	.037	.120	.700	.487
X3	-.008	.045	-.042	-.173	.863

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6 hasil pengujian asumsi heteroskedastisitas dengan menggunakan metode uji *glejser* diperoleh nilai sig pada variabel kualitas pelayanan (X₁), kualitas produk (X₂) dan kesadaran halal (X₃) sebesar $> 0,05$. Sehingga kesimpulan dari hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.354	.691		.512	.611
X1	.247	.055	.403	4.498	.000
X2	.071	.057	.080	1.239	.220
X3	.393	.070	.512	5.583	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari hasil analisis di atas, maka dapat di impretasikan model regresi penelitian inisebagai berikut :

$$Y = 0.354 + 0.247X_1 + 0.071X_2 + 0.393X_3$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan X_1 = Kualitas Pelayanan X_2 = Kualitas Produk

X_3 = Kesadaran Halal

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 9. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.354	.691		.512	.611
X1	.247	.055	.403	4.498	.000
X2	.071	.057	.080	1.239	.220
X3	.393	.070	.512	5.583	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 9 hasil uji t diketahui bahwa, nilai signifikansi kualitas pelayanan (X_1) dan kesadaran halal (X_3) sebesar $< 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H1 yang berbunyi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan H3 yang berbunyi kesadaran halal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima. Sedangkan, nilai signifikansi kualitas produk (X_2) sebesar $> 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H2 yang berbunyi kesadaran halal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ditolak.

Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	136.707	3	45.569	116.649	.000 ^b
	Residual	21.876	56	.391		
	Total	158.583	59			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa nilai F sebesar 116.649 dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa model dapat digunakan karena ada 2 variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kesadaran hal yang berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.928 ^a	.862	.855	.62502

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 10 diketahui seluruh nilai *adjusted R square* sebesar 0.855 yang berarti bahwa seluruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kesadaran halal memiliki kontribusi secara bersamaan sebesar 85.5% terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai 14.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa

kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Murtiasih *Frozenfood*. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang berkualitas mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Murtiasih *Frozenfood*. Kualitas pelayanan pada Murtiasih *Frozenfood* mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Murtiasih *Frozenfood* mampu memberikan pelayanan dengan cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan sehingga pelanggan tidak merasa kecewa atau dirugikan atas keluhan yang diutarakan. Selain itu, Murtiasih *Frozenfood* memiliki karyawan yang berkompeten dalam memahami pengetahuan mengenai produk yang dijual dan pelanggan tidak kesulitan dalam berbelanja produk yang dibutuhkan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang menyatakan kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan diteliti oleh Nurcahyani (2022).

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kepuasan pelanggan Murtiasih *Frozenfood*. Kualitas produk pada Murtiasih *Frozenfood* tidak mampu memberi pengaruh pada kepuasan pelanggan. Penyimpanan produk pada Murtiasih *Frozenfood* kurang maksimal dalam menjaga kualitas produk. Hal tersebut bisa dipengaruhi oleh beberapa hal seperti *human eror*, kesalahan teknik, atau kesalahan pada produsen. Selain itu, produk yang dijual dalam bentuk *frozenfood* memiliki waktu kadaluarsa di bagian kemasan, sehingga hal tersebut tidak menjadi pertimbangan bagi pelanggan sebagai acuan kepuasan pelanggan. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan juga dikarenakan Variasi produk yang ditawarkan tidak lengkap, varian produk juga memiliki beberapa varian produk dalam bentuk nugget, sosis, dan daging-dagingan memiliki varian rasa sapi dan ayam, karena perbedaan varian tersebut selera tiap pelanggan berbeda-beda. Selain itu, makanan yang disajikan dalam bentuk siap saji dari produsen dan harus disimpan di suhu ruang dingin. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Husna (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Warung Endus Sibuya.

Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Murtiasih *Frozenfood*. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran halal yang tinggi mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Murtiasih *Frozenfood*. Kesadaran halal pada Murtiasih *Frozenfood* mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Produk yang dijual oleh Murtiasih *Frozenfood* terjamin halal karena produk yang dijual Murtiasih *Frozenfood* merupakan produk yang telah disortir dan hanya menjual produk halal untuk dijual. Selain itu, pelanggan murtiasih *frozenfood* lebih mementingkan atau memprioritaskan produk halal untuk dikonsumsi. Mayoritas pelanggan adalah umat muslim sehingga pelanggan puas berbelanja di Murtiasih *Frozenfood* karena produk yang dijual halal.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Nofrianto (2018) yang menyatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran di Yogyakarta. Murtiasih *Frozenfood* telah memiliki kesadaran halal yang tinggi dan memprioritaskan produk halal untuk diperjual belikan sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan SaranKesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kesadaran halal terhadap kepuasan pelanggan Murtiasih *Frozenfood*. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, kesimpulan pada penelitian ini yaitu :

- 1) Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Murtiasih *Frozenfood*. Hal ini didukung oleh adanya kualitas pelayanan yang diberikan cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan. Selain itu, karyawan mampu memahami dan memiliki pengetahuan mengenai produk yang dijual sehingga pelanggan tidak kesulitan dalam mencari produk yang dibutuhkan.
- 2) Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Murtiasih *Frozenfood*. Hal ini dikarenakan penyimpanan produk kurang maksimal sehingga mempengaruhi penurunan kualitas produk. Selain itu, varian produk yang ditawarkan tidak lengkap.
- 3) Kesadaran halal memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Murtiasih *Frozenfood*. Hal ini didukung oleh adanya kesadaran pelanggan dalam memprioritaskan produk halal untuk dikonsumsi.

Keterbatasan

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Adanya variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan yaitu variabel kualitas produk
- 2) Dengan model ini *Adjusted R²* sebesar 85.5% yang artinya terdapat variabel lain yang lebih memberikan pengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, sebagai tindak lanjut dari beberapa penelitian, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Saran untuk instansi, perlu adanya evaluasi kembali untuk memaksimalkan kualitas produk pada Murtiasih *Frozenfood*
- 2) Peneliti selanjutnya diharapkan, bisa mengganti variabel lain selain kualitas produk dengan variabel yang lebih berpengaruh, misalnya harga ataupun tempat.

Referensi

- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228.
- Amstrong, K. (2018). *Principles Of Marketing* (Global Edi). Pearson.
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85–94.
- Basuki, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Content Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Tandalan Srengat Kabupaten Blitar.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue November).
- Gea, D. R. S. (2020). Analisis Brand Image dan Kualitas Produk PT. Sarang Tawon Sukses Abadi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran dan Cafe di Kota Medan (Studi Kasus pada PT. Sarang Tawon Sukses Abadi). 7–27.
- Hapsari, D. R., Kusumaningrum, I., Aminah, S., & Puspitasari, S. D. (2019). Studi Kasus Pengaruh Logo Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sapi di Ciawi - Bogor. *Jurnal Agroindustri Halal*, 5(2), 196–203.
- Halizah, S. N., Retnowati, E., Darmawan, D., Khayru, R. K., & Issalillah, F. (2022). Determinants of Customer Trust: A Study on Safety, Ease-of-use, and Perceived usefulness of Herbal Products of Kuku Bima Ener-G. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(4), 86–92.

- Hamdani, A., Sari, N., & Umuri, K. (2021). Pengaruh kesadaran halal dan sertifikat halal terhadap minat beli produk kentucky fried chicken (KFC). *Al-Buhuts*, 17(2), 198– 212.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Maulana, S., & Muhajirin, M. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aisy Cabang Bima. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(4), 372.
- Nurchayani, P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fitur Aplikasi, Serta Kesadaran Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Go-Food dan Grab Food (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). *Repository UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*
- Nofriyanto Ahmad. (2018). The Influence Of Online food delivery, Product Quality, Halal Awareness Against Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.
- Oktaviani, R. A., Artono, A., Rahmadi, A. N., & Triwidyati, E. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Purbasari Lipstik Matte (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). *Repository Sanata Dharma Yogyakarta*, 2.
- Pambudi, B. G. (2018). Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Produk Mie Instan (Studi pada Pemuda Muslim Bandarlampung). *Repository UIN Jambi*
- Panutan, D. (2017). Hubungan Kemampuan Kerja dan Kualitas Pelayanan Pada Karyawan Tata Usaha. 14–44.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 6(2), 32.
- Safitri, L. N., Mukaromah, S. M., & Habib, M. A. F. (2021). Analisis Potensi Obyek Wisata Pantai dengan Konsep Halal Beach Tourism di Kota Denpasar. 1(2), 143– 156.
- Santoso, E. B., & Samboro, J. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 1.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Scientific Journal Of Reflection. : Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261–270.
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15.
- Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *Jurnal Diversita*, 7(1), 114–120.
- Triana, U. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Zaluchu, S. E. (2020). Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4(1), 28.

Ray Aldi Ludiansyah¹ Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Ronny Malavia Mardani² Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Mohamad Bastomi³ Adalah Dosen Tetap FEB Unisma