



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTORAN MCDONALD'S ARTHA GADING, JAKARTA UTARA

Chandra Lauwren

chandrlauw@gmail.com / 0812-8720-0047

Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

bilson.simamora@kwikkiangie.ac.id

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ABSTRAK

Chandra Lauwren / 25150254 / 2020 / Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran *McDonald's* Kelapa Gading / Pembimbing: Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Kebutuhan utama manusia salah satunya adalah makanan, manusia tidak bisa hidup tanpa makanan sebagai sumber energi. Dengan begitu bisnis dalam bidang makanan dan minuman semakin pesat berkembang. Di Indonesia sendiri terdapat berbagai jenis restoran yang menyediakan makanan dan minuman sesuai dengan kebutuhan para konsumen. Para konsumen pada saat ini dihadapkan dengan berbagai alternatif dalam memilih restoran. Perubahan perilaku masyarakat yang semakin mengarah ke berbagai hal praktis menjadi fenomena tersendiri bagi bisnis makanan di dunia. Hal ini dimanfaatkan *McDonald's* untuk mengembangkan bisnisnya. Salah satu cara untuk kepuasan para pelanggan adalah dengan memberikan kualitas produk dan kualitas layanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan keinginan serta kebutuhan juga terpenuhi. Terkait hal itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran *McDonald's* di Artha Gading, Jakarta Utara.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan beserta pengukuran – pengukurannya. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara Kualitas produk dengan Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan.

Objek penelitian ini adalah restoran *McDonald's* di Artha Gading, Jakarta Utara. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form*, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non – probability sampling* dan metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Untuk menguji hasil, digunakan metode analisis regresi, uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinieritas.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa jika tingkat kualitas produk dan kualitas layanan semakin baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, *McDonald's*.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Chandra Lauwren / 25150254 / 2020 / *The Effect of Product Quality, Service Quality on Customer Satisfaction at McDonald's Restaurant Kelapa Gading* / Advisor: Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

One of the main human needs is food, humans cannot live without food as a source of energy. That way the business in the food and beverage sector is growing rapidly. In Indonesia, there are various types of restaurants that provide food and beverages according to the needs of consumers. Today's consumers are faced with various alternatives in choosing a restaurant. Changes in people's behavior that increasingly lead to various practical things have become a separate phenomenon for food businesses in the world. This is used by McDonald's to develop its business. One way to satisfy customers is to provide quality products and good service quality to customers, so that customers feel satisfied and their wants and needs are also met. Related to this, the authors are interested in conducting research aimed to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at McDonald's restaurants in Artha Gading, North Jakarta.

The theory used to support this research is Product Quality, Service Quality, and Customer Satisfaction along with its measurements. Then supported by a theory about the relationship between product quality with customer satisfaction, service quality and customer satisfaction.

The object of this research is McDonald's restaurant in Artha Gading, North Jakarta. The data collection method in this research is by distributing questionnaires online via google form, with the sampling technique used, namely non-probability sampling and sampling methods based on certain considerations. To test the results, the regression analysis method, normality test, heteroscedasticity test and multicollinearity test were used.

The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. With these results it can be stated that if the level of product quality and service quality is getting better, it can increase customer satisfaction.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, McDonald's.*



PENDAHULUAN

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang dengan pesat walaupun pada masa krisis. Hal ini karena pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi, sehingga apabila makan dan minum masih menjadi kebutuhan yang diutamakan maka bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan bisnis kuliner ini disertai dengan semakin banyaknya restoran-restoran yang bermunculan, baik itu restoran biasa maupun restoran *fast food*. Menu dan fasilitas yang ditawarkan pun semakin berkembang, mulai dari tempat yang hanya sekedar untuk menikmati makanan rumahan dengan menu sederhana hingga mewah yang menyajikan berbagai macam menu unik dan mewah bertaraf internasional.

Masyarakat Indonesia terutama masyarakat perkotaan mulai tertarik dan menyukai *fast food* seperti hamburger, kentucky, spagethi, pizza, hot dog, dan masih banyak lagi. Ketertarikan ini pada dasarnya disebabkan oleh mobilitas masyarakat perkotaan yang semakin cepat dan menyukai segala sesuatu yang praktis, didukung dengan padatnya aktivitas keluarga di luar rumah sehingga tidak waktu untuk menyiapkan makanan. Namun, pada saat ini perilaku konsumtif yang dilakukan masyarakat perkotaan tidak hanya didorong oleh adanya kebutuhan akan fungsi suatu produk. Hal ini juga didasari oleh keinginan yang sifatnya untuk menjaga gengsi. Perkembangan restoran *fast food* dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini ditandai dengan maraknya kehadiran restoran- restoran yang menyajikan hidangan cepat saji di Indonesia. Restoran *fast food* ini tentu





memiliki kelebihan dan strategi masing-masing yang dapat menarik minat konsumen agar mengonsumsi produk yang mereka tawarkan. Kondisi tersebut mengakibatkan pelanggan akan dihadapkan dengan banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan mencari nilai yang paling tinggi diantara beberapa produk yang ditawarkan. Peran manajemen pemasaran bukan lagi hanya membuat strategi untuk mendapatkan pelanggan melainkan menjadikan pelanggan tersebut loyal kepada perusahaan. Melalui pelanggan yang loyal perusahaan bisa mendapatkan pelanggan baru. Hal tersebut dikarenakan salah satu perilaku pelanggan yang loyal yaitu merekomendasikan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain. Maka dari itu, seorang pelanggan yang loyal akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal. Kualitas produk yaitu upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui produk yang ditawarkan sedangkan kualitas pelayanan yaitu upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang mengiringi produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan bertumpu pada upaya memuaskan keinginan atau permintaan pelanggan berdasarkan harapan pelanggan. Maka dari itu, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan elemen penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Tidak bisa hanya salah satu saja yang diperhatikan, kedua elemen ini harus sejalan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikemukakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan elemen penting bagi restoran *fast food* dalam menarik minat beli pelanggan.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang maksimal adalah tujuan restoran *fast food* untuk tetap bertahan dan tetap menjadi pilihan di tengah ketatnya persaingan. Kualitas

Hak cipta milik IBIKKG (Asosiasi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang buruk akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran yang bersangkutan melainkan berdampak juga bagi calon pelanggan.

Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya.

Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing.

McDonald's merupakan salah satu restoran makanan *fast food* yang menawarkan berbagai makanan cepat saji. Makanan dan minuman yang ditawarkan pun sangat bervariasi burger spaghetti, *fried chicken*, dan sebagainya sehingga semakin memanjakan pelanggan dengan pilihan menu yang disediakan. Berawal dari sebuah restoran *drive-in* sederhana di Pasadena, McDonald's kini dapat berkembang menjadi usaha waralaba restoran *fast food* yang hadir di hampir setiap negara di dunia. McDonald's bahkan mampu menciptakan trend restoran *fast food* dan gaya hidup baru di kalangan masyarakat global. Berbagai kesuksesan tersebut tentu saja tidak diraih dengan mudah, strategi pemasaran McDonald's lah yang membuat usaha waralaba tersebut mampu bertahan dan bersaing dengan restoran *fast food* lainnya. Namun semakin banyaknya restoran cepat saji yang bermunculan membuat persaingan semakin ketat. Kondisi ini menuntut pihak McDonald's untuk senantiasa meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini bertujuan agar pelanggan merasa puas dan memberikan kontribusi yang positif bagi pihak restoran, Salah satu dampak kepuasan pelanggan adalah terbentuknya loyalitas pelanggan bagi restoran.



Daftar Restoran Dengan Jumlah Pelanggan Terbanyak Di Indonesia

No.	Nama Restoran	Jumlah Pelanggan
1.	Padang Sederhana	28,4 juta
2.	KFC	24 juta
3.	MC Donald	7,7 juta
4.	Pizza Hut	6,5 juta
5.	Solaria	3,2 juta

Sumber: Oktarini Dinar Surya dan (2018, 15 September). Inilah 5 Restoran dengan Pelanggan Terbanyak di Indonesia. *Guideku*. Diakses melalui <https://www.guideku.com/food/2018/09/15/140000/inilah-5-restoran-dengan->, 15 September 2018

McDonald's menempati daftar restoran di Indonesia dengan posisi ke-3, dengan begitu restoran McDonald's tentu saja harus sangat memperhatikan kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh pelanggannya. McDonald's dapat mencontoh bagaimana cara pelayanan yang diberikan oleh restoran lain kepada pelanggannya sehingga mereka memiliki jumlah pelanggan yang lebih banyak daripada McDonald's. McDonald's tentu harus memperhatikan juga kualitas produk makanan yang mereka sajikan kepada pelanggan, berupa kebersihan dan penampilan pada saat makanan tersebut disajikan kepada para pelanggannya.

Tampaknya McDonald's dapat terus bersaing dengan restoran lain, bahkan hingga saat ini restoran ini masih berada di daerah Kelapa Gading bahkan mereka merenovasi restoran tersebut, agar pengunjung merasa nyaman ketika sedang makan di restoran *fast food* McDonald's. Karena itu penulis memilih McDonald's sebagai objek penelitian. McDonald's juga memiliki aspek-aspek yang berkaitan dengan variabel- variabel yang akan diteliti, seperti kualitas layanan dan kualitas produk.

Hak cipta milik Institut Bsnid dan Informatika Kwik Kian Gie

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah restoran Internasional dengan nama restoran *McDonald's*. Objek pengamatan dalam penelitian ini adalah mengenai kepuasan pelanggan terhadap restoran *McDonald's*. Sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah mengunjungi dan mengonsumsi makanan di restoran *McDonald's* Kelapa Gading. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*.

Desain riset merupakan kerangka kerja yang menetapkan jenis informasi yang harus dikumpulkan, sumber data, dan prosedur pengumpulan data. Jenis riset yang dilakukan dalam penelitian ini adalah riset asosiatif atau kasual, yaitu riset yang dirancang untuk mengumpulkan bukti-bukti mengenai hubungan sebab akibat yang terdapat didalam penelitian, sedangkan metode penelitian yang dilakukan adalah melalui survei dengan unit analisis konsumen *McDonald's* dan survei dilakukan sebanyak satu kali (*cross-sectional*).

Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, terdapat tiga variabel dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai bahan analisis, yaitu kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan.



1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah seberapa bagus atau buruknya mutu dari produk yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pengukuran kualitas produk adalah melalui lima indikator dan butir pertanyaan yang disajikan.

Butir Pertanyaan Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Kualitas Produk (Diadaptasi dari Masharyono dan Hasanah, 2016)	Kelezatan rasa dari hidangan yang disajikan	Saya merasa makanan dan minuman yang disajikan lezat	Interval
	Kebersihan dari hidangan yang disediakan	Saya merasa makanan dan minuman yang disajikan bersih	Interval
	Warna makanan	Saya merasa warna makanan yang disajikan cukup menarik	Interval
	Kesesuaian suhu makanan yang disajikan	Saya merasa suhu makanan yang disajikan pas atau sesuai	Interval
	Kesegaran bahan dari aroma makanan yang disajikan	Saya merasa aroma makanan yang menarik	Interval

2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah segala upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui totalitas fitur dan karakteristik untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut. Pengukuran kualitas layanan adalah melalui enam indikator dan butir pertanyaan yang disajikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Butir Pertanyaan Kualitas Layanan

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Kualitas Layanan (Diadaptasi dari Aryani dan Rosinta, 2010)	Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	Menurut saya, karyawan ramah kepada setiap pelanggan yang datang	Interval
	Kebersihan fasilitas fisik restoran	Saya merasa fasilitas restoran bersih	Interval
	Kesediaan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat	Menurut saya, para karyawan menyajikan makanan yang di pesan dengan tepat waktu	Interval
	Ketanggapan karyawan dalam menanggapi permintaan Konsumen	Menurut saya, para karyawan tanggap menghampiri pelanggan yang membutuhkan bantuan	Interval

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan bergantung terhadap seberapa besar para pengusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen. Kepuasan pelanggan adalah melalui empat indikator dan butir pertanyaan yang disajikan

1. Dilarang menyalin atau mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Butir Pertanyaan Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Kepuasan Konsumen (Diadaptasi dari Aryani dan Rosinta, 2010)	Pelanggan merasa senang makan di restoran tertentu, berdasarkan pengalaman mereka	Saya merasa senang makan di restoran <i>Mc'Donald's</i>	Interval
	Restoran sudah memenuhi harapan konsumen	Saya merasa harapan saya terpenuhi di restoran <i>Mc'Donal's</i>	Interval
	Pelanggan percaya bahwa makan di restoran tersebut merupakan pengalaman yang memuaskan	Saya merasa puas terhadap restoran <i>Mc'Donal's</i>	Interval
	Pelanggan percaya bahwa restoran tersebut menyenangkan hati pelanggan ketika mereka berkunjung dan makan di restoran tersebut	Saya percaya bahwa berkunjung ke <i>Mc'Donal's</i> menyenangkan hati	Interval

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menggunakan kuesioner melalui *Google Form* yang disebarakan kepada responden dengan pertanyaan mengenai Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup. Kuesioner disusun dengan menggunakan Skala Likert, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pernyataan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Teknik Pengambilan Sampel

1. Penentuan Populasi

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengunjung atau orang yang pernah mengkonsumsi makanan dan minuman di *Mc'Donalds* Kelapa Gading dalam waktu 6 bulan terakhir.

2. Penentuan Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Peneliti akan menggunakan metode Non Probability Sampling yaitu teknik pengumpulan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pengunjung Restaurant *Mc'Donald's* di kelapa gading. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan Judgement Sampling (Purposive Sampling) yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Dalam penelitian ini syarat

responden yang dipilih hanya responden yang dalam jangka waktu enam bulan terakhir yang pernah mengkonsumsi makanan dan minuman di *Mc'Donald's* kelapa gading. Jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen Restaurant *Mc'Donald's* di kelapa gading.

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa teknik analisis data yang dapat digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data, yaitu sebagai berikut :

1 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Imam Ghazali (2016:52-53), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur.

Dalam penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

X = skor pertanyaan

Y = skor total

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

Jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh \geq koefisien tabel r *Product Moment* atau *Corrected Item-Total Correlation* $> 0,361$ maka indikator tersebut dinyatakan valid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2016:47-48), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- (1) *Repeated Measure* atau pengukuran ulang : seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
- (2) *One Shot* atau pengukuran sekali saja : pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70.

Perhitungan reliabilitas dapat ditulis sebagai berikut dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

K = jumlah butir dalam skala pengukuran

$\sum \sigma_b^2$ = ragam (*variance*) butir

σ_b^2 = ragam (*variance*) dari skor total



Jika nilai $Alpha > 0,7$ artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*),

sementara jika $Alpha > 0,80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakanannya sebagai berikut:

Jika $Alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna. Jika $Alpha$ antara $0,70 - 0,90$ maka reliabilitas tinggi. Jika $Alpha$ $0,50 - 0,70$ maka reliabilitas moderat. Jika $Alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah. Jika $Alpha$ rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

2. Analisis Deskriptif

a. Rata-Rata Tertimbang

Skor rata-rata menurut Ferdinand (2014:230), “Statistik ini digunakan untuk menggambarkan rata-rata nilai dari sebuah variabel yang diteliti pada sekelompok responden tertentu”. Dalam perhitungan skor rata-rata ini lebih dikehendaki bila rata-rata tersebut dihasilkan dengan standar deviasi yang kecil.

Cara menghitung skor adalah dengan menggunakan seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi

$$\bar{X} = \frac{\sum fi \cdot xi}{\sum fi}$$

Keterangan:

\bar{X} = rata-rata skor

fi = frekuensi pengamatan

xi = skor atau bobot nilai 1-2-3-4-5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Rentang Skala

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut Cooper dan Schindler (2014:278), skala *Likert* merupakan penjumlahan skala penilaian terdiri dari pernyataan yang menyatakan sikap yang menyenangkan atau yang tidak menyenangkan terhadap objek yang diminati. Peserta diminta untuk setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan. Skala ini menghasilkan data interval.

Skala yang digunakan terdiri dari angka yang dimulai dari angka 1 sampai dengan 5, dimana angka 1 menunjukkan nilai terendah dan angka 5 menunjukkan angka tertinggi.

Skor nilai yang diberikan untuk setiap jawaban dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Untuk menghitung rata-rata nilai responden, membentuk kelas dari *range* tersebut, dan mengetahui pertanyaan-pertanyaan berdasarkan kelasnya masing-masing.

$$Range = \frac{m - n}{b}$$



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Keterangan:

m = skor nilai tertinggi

n = skor nilai terendah

b = banyaknya kategori

Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terendah adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$R_5 = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga posisi keputusan menjadi sebagai berikut:

STS	TS	CS	S	SS	
1,00	1,80	2,60	3,40	4,20	5,00

Interpretasi angka-angkanya adalah sebagai berikut:

1,00-1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81-2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61-3,40 = Netral (N)

3,41-4,20 = Setuju (S)

4,21-5,00 = Sangat Setuju (SS)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang tertulis dalam profil responden pada kuesioner. Profil responden yang terdapat dalam kuesioner penulis adalah jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase adalah sebagai berikut:

$$P_j = \frac{X_j}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P_j = persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

X_j = banyak responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu

N = jumlah total responden

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji statisik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Dengan signifikan ($\alpha = 5\%$), dasar pengambilan keputusan:

- (1) Jika $p\text{-value} > \alpha$ (0,05) data dikatakan berdistribusi normal
- (2) Jika $p\text{-value} < \alpha$ (0,05) data dikatakan tidak berdistribusi normal

b) Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2016:103), uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal (variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol).

Hipotesis yang terbentuk:

H_0 : tidak terdapat multikolonieritas

H_a : terdapat multikolonieritas

Pengambilan keputusan :

- (1) Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan *Tolerance* $> 0,1$ tidak terdapat multikolonieritas
- (2) Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 dan *Tolerance* $< 0,1$ terdapat multikolonieritas.



c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), tujuan uji ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas

H_0 : tidak terdapat heteroskedastisitas

H_a : terdapat heteroskedastisitas

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Imam Ghozali (2016:94), dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:139), analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Analisis regresi berganda memberikan mean penilaian secara objektif pada tingkat dan ciri-ciri hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat: koefisien regresi secara relatif menunjukkan pentingnya setiap variabel bebas dalam prediksi variabel terikat.



Berikut adalah persamaan regresi berganda:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel X_1 (Kualutas Produk)

β_2 = koefisien regresi variabel X_2 (Kualitas Layanan)

e = error

5 Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5 Uji Keberartian Model (Uji F)

Pada uji F dapat dilihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian layak atau tidak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \text{tidak semua } \beta_i = 0$$

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan kriteria pengambilan keputusan melalui perbandingan nilai F hasil dengan nilai F tabel sebagai berikut:

- (a) Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- (b) Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

6 Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independent secara individual dalam menerangkan variabel-variabel



dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i)

© sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independent bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_i \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *Coefficients* pada kolom sig (*significance*).

- (a) Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- (b) Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

7 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2016:95), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.



$R^2 = 0$, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

$R^2 = 1$, artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Peneliti melakukan uji validitas kepada 30 responden. Hal ini dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam pra kuesioner yang menjadi sumber penelitian

(1) Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

No	Variable Pengamatan	<i>r</i> hitung	Validitas > (0,361)
1	Kualitas Produk 1	0,850	Valid
2	Kualitas Produk 2	0,787	Valid
3	Kualitas Produk 3	0,868	Valid
4	Kualitas Produk 4	0,879	Valid
5	Kualitas Produk 5	0,841	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS

Berdasarkan pada hasil Uji Validitas yang kemudian dibandingkan dengan r table (0,361) (r hitung > r tabel), maka hasil Uji Validitas dari 5 indikator pertanyaan Atribut Produk, dinyatakan semua pertanyaan valid.



(2) Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Uji Validitas Kualitas Layanan

No	Variable Pengamatan	<i>r hitung</i>	Validitas >(0,361)
1	Kualitas Layanan 1	0,861	Valid
2	Kualitas Layanan 2	0,713	Valid
3	Kualitas Layanan 4	0,801	Valid
4	Kualitas Layanan 5	0,820	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS

Berdasarkan pada hasil Uji Validitas yang kemudian dibandingkan dengan r table (0,361) (r hitung > r tabel), maka hasil Uji Validitas dari 4 indikator pertanyaan Atribut layanan, dinyatakan semua pertanyaan valid.

(3) Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No	Variable Pengamatan	<i>r hitung</i>	Validitas >(0,361)
1	Kepuasan Pelanggan 1	0,787	Valid
2	Kepuasan Pelanggan 2	0,793	Valid
3	Kepuasan Pelanggan 3	0,693	Valid
4	Kepuasan Pelanggan 4	0,844	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS

Berdasarkan pada hasil Uji Validitas yang kemudian dibandingkan dengan r table (0,361) (r hitung > r tabel), maka hasil Uji Validitas dari 4 indikator pertanyaan Atribut Layanan, dinyatakan semua pertanyaan valid.



b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relative konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang. Hasil pengujian terhadap 30 responden adalah sebagai berikut :

(1) Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Cronbach's Alpha	N of Item	Keputusan
0.899	5	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS

Menunjukkan bahwa dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha untuk Kualitas Produk adalah sebesar $0.899 > 0,7$, sehingga dapat dikatakan bahwa indicator-indikator dari variable kualitas produk adalah reliabel

(2) Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan

Cronbach's Alpha	N of Item	Keputusan
0.811	4	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS

Menunjukkan bahwa dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha untuk Kualitas Produk adalah sebesar $0.811 > 0,7$, sehingga dapat dikatakan bahwa indicator-indikator dari variable kualitas Layanan adalah reliabel



(3) Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Cronbach's Alpha	N of Item	Keputusan
0.785	4	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS

Menunjukkan bahwa dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha untuk Kualitas Produk adalah sebesar $0.785 > 0,7$, sehingga dapat dikatakan bahwa indicator-indikator dari variable kepuasan pelanggan adalah reliabel

2. Profil Responden

Berikut ini merupakan hasil pengolahan data berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 100 responden.

a. Jenis Kelamin

Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki – laki	52	52%
Perempuan	48	48%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner 2020

Didapatkan hasil bahwa jumlah responden laki-laki dan perempuan berjumlah sama. Responden laki-laki berjumlah 52 orang dan responden perempuan berjumlah 48.



b. Usia

Persentase Responden Berdasarkan Usia

C

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
15-20 tahun	12	12%
21-25 tahun	75	75%
26-30 tahun	13	13%
total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner 2020

Menunjukkan bahwa jumlah responden terbesar adalah responden dengan umur 21-25 tahun dengan jumlah 75 responden dan jumlah terkecil adalah responden dengan usia 15-20 tahun dengan jumlah 12 responden.

c. Pekerjaan

Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	40	40%
Karyawan	41	41%
Wirausaha	15	15%
lainnya	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner 2020

Didapatkan hasil bahwa jumlah responden terbesar merupakan karyawan dengan jumlah 41 responden, sedangkan jumlah responden terkecil responden yang menjawab lainnya sebesar 4 responden.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Analisis Variabel

a. Kualitas Produk

Skor Rata – Rata Kualitas Produk

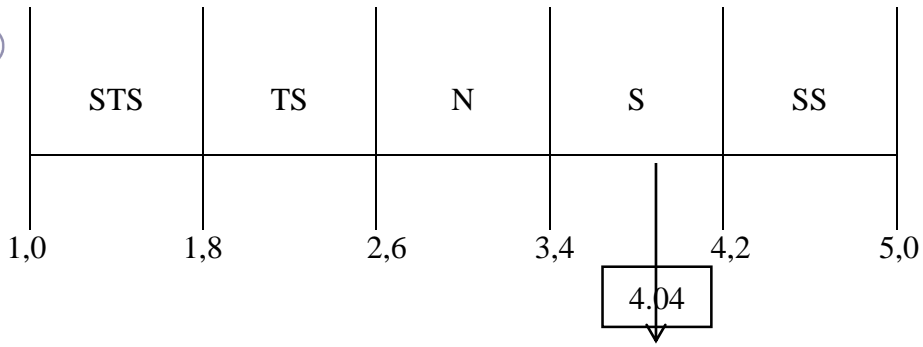
No	Item	Pernyataan					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Makanan dan minuman yang disajikan McDonald's lezat	0	0	14	46	40	4.09
2	Saya merasa makanan dan minuman yang disajikan bersih	0	1	21	47	31	3.99
3	Saya merasa perpaduan warna dari makanan yang disajikan cukup menarik	0	3	19	46	32	4.04
4	Saya merasa suhu makanan yang disajikan sesuai	1	1	21	38	39	4.01
5	Saya merasa aroma dari makanan yang disajikan menarik	0	2	11	52	35	4.05
						Total	20.18
						Mean	4.04

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menunjukkan skor rata – rata dari 100 responden yang telah memberikan penilaian terhadap pernyataan mengenai kualitas produk di Restoran *McDonald's* Kelapa Gading. Dapat terlihat bahwa skor rata – rata kualitas produk sebesar 4.04 yang artinya setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa responden setuju terhadap butir-butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner dan konsumen puas dengan *McDonald's*.

b. Kualitas Layanan

Skor Rata – Rata Kualitas Layanan

No	Item	Pernyataan					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Menurut saya, karyawan memberikan senyum, sapa dan salam kepada setiap pelanggan	0	1	8	54	37	4.27
2	Saya merasa fasilitas yang disediakan sudah bersih	0	3	17	51	29	4.09

Skor Rata – Rata Kualitas Layanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

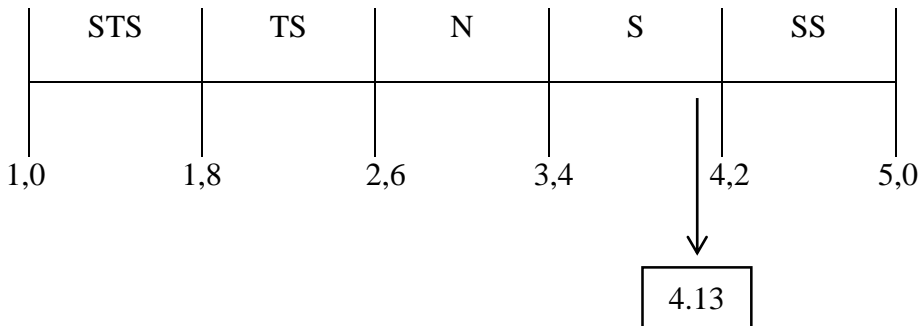
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



No	Item	Pernyataan					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
3	Menurut saya, para karyawan menyajikan makanan yang sudah dipesan dengan tepat waktu	0	1	20	43	36	4.14
4	Menurut saya, para karyawan tanggap menghampiri pelanggan yang membutuhkan bantuan	0	3	22	42	32	4.05
						Total	16.55
						Mean	4.13

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS



Menunjukkan skor rata – rata dari 100 responden yang telah memberikan penilaian terhadap pernyataan mengenai kualitas layanan di Restoran *McDonald's* Kelapa Gading.

Dapat terlihat bahwa skor rata – rata kualitas produk sebesar 4.13 yang artinya setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa responden setuju terhadap butir-butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner dan konsumen puas dengan *McDonald's*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

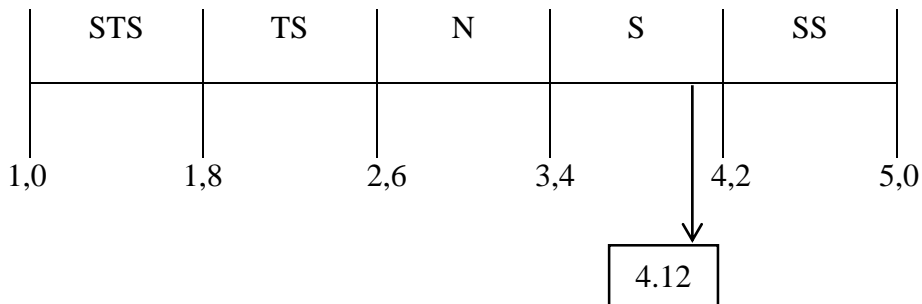


c. Kepuasan Pelanggan

Skor Rata – Rata Kepuasan

No	Item	Pernyataan					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Saya merasa senang makan di Solaria	0	1	15	43	41	4.20
2	Saya merasa harapan saya terpenuhi di Solaria	0	1	18	52	29	4.13
3	Saya merasa puas terhadap Solaria	0	2	14	58	26	4.03
4	Saya percaya bahwa berkunjung ke Solaria menyenangkan hati	0	1	14	48	37	4.13
						Total	16.49
						mean	4.12

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (Lampiran II)



Menunjukkan skor rata – rata dari 100 responden yang telah memberikan penilaian terhadap pernyataan mengenai kepuasan konsumen di Restoran *McDonald's* Kelapa Gading. Dapat terlihat bahwa skor rata – rata kualitas produk sebesar 4.12 yang artinya setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa responden setuju terhadap butir-butir pertanyaan yang terdapat

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dalam kuesioner dan konsumen puas dengan *McDonald's*.



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Uji Asumsi Klasik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Uji Normalitas

Uji normalitas keterlibatan kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	Keterangan
0,20	Data berdistribusi normal

Sumber: Data Olahan SPSS

Hasil uji normalitas diatas menunjukkan nilai pada *Asymp. Sig (2-tailed)* Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,20 lebih dari 0,05 ($0,20 > 0,05$), maka terima H_0 , sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini memenuhi syarat normalitas dan dapat dikatakan bahwa data residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan menguji variabel kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang diperoleh dengan program SPSS 20 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0.937	1.067	tidak terdapat multikolinieritas
Kualitas Layanan	0.937	1.067	

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Diperoleh hasil pengujian multikolinieritas yang dilihat dari nilai VIF kualitas produk dan kualitas layanan adalah $1,067 < 10$ dan nilai *tolerance* kualitas produk dan kualitas layanan sebesar $0,937 > 0,1$ yang artinya tidak terdapat multikolinieritas. Sedangkan nilai VIF Kepuasan Konsumen adalah $1 < 10$ dan *tolerance* Kepuasan Konsumen sebesar $1 > 0,1$ yang artinya tidak terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menguji variabel kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang diperoleh dengan program SPSS 20 adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk	0,271	Terima Ho
Kualitas Layanan	0,780	Terima Ho

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Diperoleh hasil pengujian heteroskedastisitas yang dilihat dari Sig. variabel kualitas produk sebesar $0,271 > 0,05$ dan Sig. kualitas layanan sebesar $0,780 > 0,05$. dapat disimpulkan bahwa data tidak mengandung heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda



a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F diadakan untuk melihat apakah model regresi penelitian fit dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.16

Hasil Uji F

F	Sig.	Keterangan
23,975	0,000	Tolak Ho

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.16, diketahui bahwa nilai F hitung yang didapat adalah sebesar 23,975 dan nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi linier dapat digunakan untuk memprediksi atau variabel

bebas (kualitas produk dan kualitas layanan) mampu menjelaskan secara simultan pada variabel terikat (kepuasan konsumen) yang dapat dinyatakan bahwa model regresi fit dan layak untuk melakukan pengujian.

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji seberapa jauh variabel kualitas produk dan kualitas layanan secara individual dalam menerangkan variasi variabel kepuasan konsumen. Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17

Hasil Uji t

Variabel	Koefisien Regresi	t	Sig.
Kualitas Produk	0,209	3,139	0,002
Kualitas Layanan	0,437	5,191	0,000

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.18, terdapat 2 hipotesis variabel dalam uji, yaitu:

(1) Uji untuk hipotesis 1: Dimensi kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil pengujian yang didapat dari perhitungan dengan SPSS diketahui bahwa besar koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,209 dengan besar nilai t hitung 3,139 dan nilai Sig. sebesar $0,002 < 0,05$ yang berarti tolak H_0 atau kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimana H_a diterima dan H_0 ditolak.

(2) Uji untuk hipotesis 2: Dimensi kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil pengujian yang didapat dari perhitungan dengan SPSS diketahui bahwa besar koefisien regresi variabel kualitas layanan (X_2) sebesar 0,437 dengan nilai t hitung 5,191 dan nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti tolak H_0 atau kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimana H_a diterima dan H_0 ditolak.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang





Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variable independent (kualitas produk dan kualitas layanan) dalam menerangkan variable dependen (kepuasan konsumen). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Berikut hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 20:

Tabel 4.18

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of Estimate</i>
0,317	1,636

Sumber: Data Olahan SPSS 20

Variasi variabel dependen (kepuasan konsumen) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (kualitas produk dan kualitas layanan) adalah sebesar 31,7% sedangkan sisanya ($100\% - 31,7\% = 68,3\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

B. Hasil Penelitian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat

dijelaskan sebagai berikut:

1. Analisis Kualitas Produk

Variabel kualitas produk memiliki nilai skor rata-rata sebesar 4,04 yang berada pada rentang skala setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa kualitas produk *McDonald's* baik.

2. Analisis Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan memiliki nilai skor rata-rata sebesar 4.13 yang berada pada rentang skala setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan *McDonald's* baik.

3. Analisis Kepuasan Konsumen

Variabel kepuasan konsumen memiliki nilai skor rata-rata 4,12 yang berada pada rentang skala setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa konsumen *McDonald's* puas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi berganda memiliki nilai F sebesar 23,975 dengan Sig. 0,000 yang berarti model regresi layak digunakan untuk melakukan pengujian serta kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

5. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan *output* tabel *Coefficients* pada SPSS, nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) adalah sebesar 0,209 bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Pengaruh positif diartikan bahwa semakin meningkat kualitas produk (X_1) maka akan





meningkat pula kepuasan konsumen (Y). Sedangkan berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas produk (X_1) sebesar 3,139 dengan Sig. $0,002 < 0,05$ yang artinya kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Maka dari hasil yang diperoleh terbukti bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

6. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan *output* tabel *Coefficients* pada SPSS, nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan (X_2) adalah sebesar 0,437 bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas layanan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Pengaruh positif diartikan bahwa semakin meningkat kualitas layanan (X_2) maka akan meningkat pula kepuasan konsumen (Y). Sedangkan berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hiung untuk variabel kualitas layanan (X_2) sebesar 5,191 dengan Sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya kualitas layanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Maka dari hasil yang diperoleh terbukti bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

7. Hasil Koefisien Detrminasi (R_2)

Hasil koefisien determinasi (R_2) sebesar 0,317 memiliki arti bahwa peran variabel bebas kualitas produk dan kualitas layanan untuk menjelaskan variabel terikat kepuasan konsumen adalah sebesar 31,7% sedangkan 68,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam pebelitian ini.

C. Pembahasan



1. Berdasarkan skor rata-rata, kualitas produk *McDonald's* dapat dikatakan baik.
Indikator atribut produk pun memiliki skor yang tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa responden merasa atribut produk yang diberikan restoran *McDonald's* baik
2. Berdasarkan skor rata-rata, kualitas layanan *McDonald's* dapat dikatakan baik.
Indikator kualitas layanan pun memiliki skor yang tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa responden merasa kualitas layanan yang di berikan restoran *McDonald's* baik.
3. Berdasarkan skor rata-rata, kepuasan konsumen *McDonald's* dapat dikatakan baik.
Indikator kepuasan konsumen pun memiliki skor yang tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa responden merasa kepuasan konsumen yang di berikan restoran *McDonald's* baik.
4. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa:
 - a. Atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
Hasil penelitian menyatakan bahwa atribut produk secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis 1 (H1) yang diajukan dapat diterima. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Resty Avita Haryanto (2013) serta Sarini Kodu (2013), juga Ismail Razak, Nazief Nirwanto, dan Boge Triatmanto (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.
 - b. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas layanan secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis 2 (H2) yang diajukan dapat diterima. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Resty Avita Haryanto (2013) serta Abdul Basith, Srikandi Kumadji, dan Kadarisman Hidayat (2014) yang menyatakan bahwa kualitas layanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

mengemukakan hasil akhir penelitian yang didapatkan setelah melakukan pengujian dan penelitian secara menyeluruh. Hasil-hasil temuan tersebut akan diringkas menjadi suatu ringkasan kesimpulan.

Selain itu pada bab ini, penelitian juga memaparkan saran-saran yang berasal dari pemahaman, ide, dan berbagai batasan yang peneliti peroleh saat melalui setiap proses yang telah peneliti jalani dalam melakukan pengujian ini. Saran-saran ini adalah saran untuk penelitian ini akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya serta bagi pihak-pihak yang membutuhkan di kemudian hari.

A. Simpulan

Kesimpulan yang diperoleh sebagai hasil pengolahan data dari Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran *McDonald's* Kelapa Gading, Jakarta Utara dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika tingkat kualitas produk semakin di naikkan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dimiliki maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.





B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis dapat menyatakan hal – hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak – pihak terkait:

1. Bagi perusahaan Restoran *McDonald's*

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu diharapkan Restaurant *McDonald's* dapat terus membuat peningkatan kualitas produk yang sesuai bagi konsumen dan menciptakan kualitas layanan yang baik di benak konsumen.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel seperti promosi atau *brand trust* untuk mengetahui bagaimana persepsi dan tingkat kepercayaan konsumen mengenai nama sebuah Restaurant agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi., dan Febrina Rosinta. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17, No.2.
- Basith, Abdul., Kumadji, Srikandi., Kadarisman. Hidayat., (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan* (Studi pada pelanggan De, Pans Pancake and Waffle di kota Malang). *Jurnal Administrasi Binis*, Vol. 11, No. 1.
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2014), *Bussines Research Methods*, Edisi 12, New York: McGraw – Hill/Irwin.
- Haryanto Resti Avita., (2013). *Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran McDonald di Manado*. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 4.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 17. England: Pearson Education.
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing of Management*. Edisi 15. England: Pearson Education.
- Kodu, Sami., (2013). *Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3.
- Kurniawati, Dewi., Suharyono., Andriani Kusumawati., (2014). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (studi pada pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 14, No.2.
- Masharyono., Urwah Cita Hasanah. 2016. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada celdi catering. *Journal of Tourism Scientific*, 1(2), 156-157
- Oktarini Dinar Surya. (2018). *Inilah 5 Restoran dengan Pelanggan Terbanyak di Indonesia*. *Guideku*.
- Panjaitan, Januar Effendi., Ai Lily Yuliaty., (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE cabang Bandung*. *Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 2.
- Razak, Ismail., Nazief, Nirwanto dan Boge, Triatmanto., (2016). *The Impact of Product Quality and Price on Costumer Satisfaction with the Mediator of Customer Value*. *Jurnal of Marketing and Consumer Research*, Vol. 30.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.