



PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN DON'S BURGER

DI BEKASI

Dimas Rudy Nur Arif

(Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Prof. Dr. Husein Umar, MM., M.B.A.

(Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

ABSTRAK

Kemajuan dibidang kuliner saat ini sangatlah pesat, terutama di bidang makanan cepat saji, yang bisa di kenal dengan fastfood menjadi salah satu jenis makanan yang banyak diminati konsumen saat ini, dengan begitu timbulah persaingan antar produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar, semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar, sehingga terjadi persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen, dan memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal. Untuk itu perusahaan harus mampu menciptakan kepuasan pelanggan dengan cara menerapkan kualitas layanan, harga produk, dan promosi, terhadap kepuasan Pelanggan.

Metode penelitian yang dilakukan adalah purposive sampling dengan mengumpulkan data melalui kuesoner dengan menyebarkan kepada 100 responden yang merupakan Pelanggan yang sudah pernah mengkonsumsi produk Don's Burger di kota Bekasi. Alat ukur dalam penelitian adalah uji validitas, uji reabilitas, presentasi, skala likert, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda. Alat bantu digunakan adalah SPSS 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah wanita dengan rentang usia 18 - 25 tahun, dan berstatus sebagai pelajar/mahasiswa. Berdasarkan analisis regresi linear berganda didapat hasil bahwa ada pengaruh signifikan dari kualitas layanan dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan tidak ada pengaruh yang signifikan dari promosi terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara keseluruhan ada pengaruh signifikan dari kualitas layanan dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan, dengan presentasi rata-rata kualitas layanan dan harga produk baik, sedangkan untuk promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan tetapi memiliki presentasi rata-rata yang baik yang artinya konsumen sudah puas terhadap restoran Don's Burger tetapi tidak mementingkan promosi melainkan konsumen melihat dari kualitas layanan dan harga produk restoran Don's Burger tersebut.

Kata kunci: Kualitas layanan, Harga, Promosi, Kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Progress in the field of culinary today is very rapid, especially in the field of fast food into one type of food that many consumers demand today. The competition between competing products or services in one market is increasing and varied due to market openness, resulting in competition among producers to be able to meet the needs of consumers and provide maximum satisfaction to customers. For that, the company must be able to create customer satisfaction by applying Quality of service, product price, and promotion, to Customer's satisfaction..

The research method used is purposive sampling by collecting data through questionnaire by distributing to 100 respondents who are customers who have ever consumed Don's Burger product in Bekasi city. The measuring instrument in the research is validity test, reliability test,

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 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.



presentation, likert scale, classical assumption test, multiple linear regression test. The tool used is SPSS 23.0.

The results showed that the largest number of respondents were women with age range 18 - 25 years, and the status as a student . Based on multiple linear regression analysis obtained the result that there is significant influence of service quality and product price to customer satisfaction, whereas there is no significant influence from promotion to customer satisfaction.

This study concludes that overall there is a significant influence of service quality and product price on customer satisfaction, with the average presentation of service quality and product price whereas for promotion has no significant effect but has a good average presentation which means the consumer is satisfied Against Don's Burger restaurant but does not emphasize promotion but consumers see from the quality of service and price of Don's Burger restaurant products.

Keywords Service Quality, Product Price, Promotion ,Consumer Satisfaction

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini, perkembangan zaman yang semakin maju dan berkembang berdampak pada jenis usaha dan bisnis yang semakin berkembang salah satunya dalam bidang bisnis food and beverage. Merupakan salah satu kebutuhan primer manusia yaitu kebutuhan pangan yang mengakibatkan bisnis ini memiliki nilai lebih dibandingkan bisnis lainnya, ditambah lagi trend wisata kuliner membuat pertumbuhan bisnis ini memiliki prospek yang baik di Indonesia. Salah satu bagian food and beverages ialah industri jasa boga. Dimana di dalamnya terdapat restoran, rumah makan, dan kafe.

Pertumbuhan sektor restoran dan rumah makan di Indonesia selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya. Di lansir di (kompasiana.com) bahwasanya jumlah restoran di Indonesia dalam 5 tahun terakhir ini naik hingga 250%, atau bisa di rata-ratakan setiap tahunnya jumlah restoran di Indonesia meningkat 50%, hal ini terjadi karena daya beli masyarakat memang terus naik, di tambah lagi dengan gaya hidup masyarakat khususnya di perkotaan yang juga berubah, sesuai daya beli mereka.

Pada era globalisasi saat ini, restoran atau tempat makan tidak hanya di gunakan untuk memenuhi hasrat untuk memuaskan rasa lapar dan haus saja akan tetapi di gunakan sebagai sarana bersosialisasi dengan kerabat maupun keluarga serta tidak bisa di pungkiri bagi karyawan bisa di gunakan sebagai pertemuan formal

Melihat peluang ini dimana pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan hiburan sebagai bagian dari kebutuhan hidup, membuat para pelaku bisnis melirik usaha Resto ataupun Kafe. Dimana kehadirannya dinilai yang paling sesuai dengan gaya hidup masyarakat saat ini. Suasana yang nyaman, layanan yang memuaskan, pilihan menu yang berkualitas ,harga yang sesuai, seras fasilitas yang menarik tentunya merupakan alasan bagi masyarakat untuk memilih restoran yang ingin di kunjungi.

Di Indonesia sendiri sudah banyak restoran cepat saji yang berdiri dan banyak restoran khususnya resto cepat saji yang sudah sukses dan sekarang ini ada beberapa brand baru yang masuk, dan masyarakat Indonesia suka dengan sesuatu yang baru sehingga selalu mencoba produk-produk baru. Timbulah persaingan antar produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar, sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan pada pelanggan. Salah satu cara untuk memuaskan konsumen adalah dengan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya.

Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



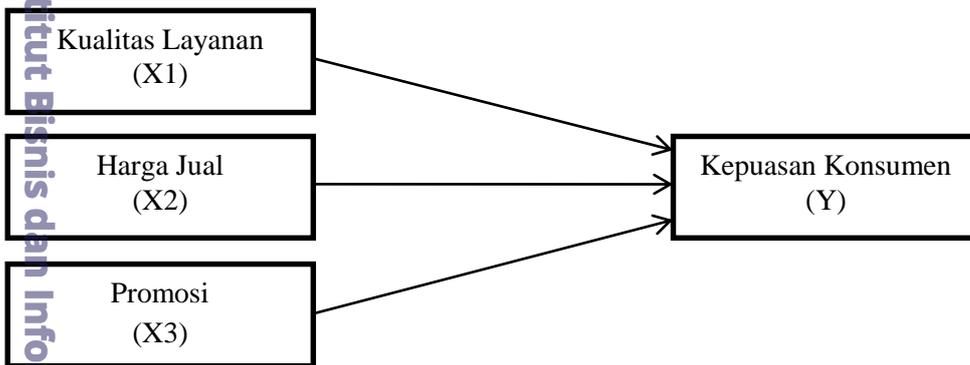
tempat yang sama. Oleh karena itu para pelaku bisnis harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek yang sangat penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Tidak hanya dari pelayanan saja tetapi di era saat ini promosi juga sangat penting untuk kepuasan konsumen, karena dengan adanya promo promo yang di tawarkan oleh resto menjadi daya tarik bagi konsumen, terutama Jakarta dan sekitarnya, jadi produsen juga harus memikirkan harga jual yang dapat bersaing di lapangan dan tidak luput pula bahwa nilai konsumen sangat penting guna terjadinya kepuasan konsumen atas yang telah di berikan oleh produsen dengan begitu konsumen akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada kerabat atau keluarganya. Setiap pelaku bisnis hidup dari adanya konsumen yang loyal atau sering disebut sebagai pelanggan setia, karena itulah pelanggan merupakan satu-satunya alasan keberadaan sebuah perusahaan.

Kepuasan pelanggan wajib menjadi prioritas utama setiap perusahaan, menjadikan kepuasan pelanggan sebagai fokus perusahaan merupakan salah satu bentuk pemahaman kebutuhan dalam kondisi perekonomian global sekarang ini. Selain pelayanan yang baik, untuk memuaskan konsumen dibutuhkan beberapa cara lagi yaitu dengan mempertimbangkan strategi harga jual produk, karena pada era global ini konsumen menjadi sangat kritis, konsumen sering membandingkan harga dengan value yang di dapat, dan terutama lagi konsumen pada era global ini sering membandingkan harga produk satu dengan yang lainnya. Jadi produsen saat ini dalam menentukan harga jualnya haruslah menganalisa dengan baik harga jual yang tepat untuk produk itu.

Kota Bekasi sebagai kota penyangga Ibu Kota Jakarta dan menjadi tempat tinggal kaum urban, identik dengan icon kota perjuangan dan sentra industri salah satunya industri sektor kuliner, dengan ini banyak sekali resto dari cafe hingga restoran ternama berada di sana ,contoh KFC, MCD, PIZZA HUT dan banyak lagi serta restoran yang memiliki hidangan menu yang serupa akan tetapi bersaing dengan harga yang di sesuaikan dengan range kalangan menengah kebawah salah satunya yaitu Don's Burger Local chain fast food Restaurant, dimana resto ini berdiri pada tahun 2007 dan nama dari restaurant ini di ambil dari nama pemilik yaitu pak Donny yang menyediakan menu Burger & Hotdog.

Penulis tertarik untuk meneliti brand restoran cepat saji Don's Burger yang saat ini berkembang cukup pesat melawan pesaing pesaingnya yang sudah dulu di depannya.

Kerangka Pemikiran



Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

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.



Prinsip dasar yang perlu dilakukan penyedia jasa ialah memberikan pelayanan yang optimal, sehingga dengan pelayanan yang optimal maka konsumen merasa puas. Perasaan puas pelanggan merupakan persepsi yang diterima oleh pelanggan dimana pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen, bias disimpulkan kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen jadi semakin kualitas layanan baik maka kepuasan konsumenpun baik pula.

H1: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Ali Hasan (2013:521) “Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah dari barang beserta pelayanan dari suatu produk”. Bias di simpulkan harga adalah sesuatu nilai yang harus kita berikan kepada produsen demi untuk kita medapatkan atau menikmati jasa maupun produk yg kita terima dengan begitu harapan kosumen ialah dimana konsumen akan merasa puas dengan harga yang di berikan sesuai dengan kualitas jasa maupun produk atau bisa lebih dengan harga murah konsumen bisa mendapatkan produk atau jasa yang tinggi jadi semakin harganya bagus semakin puas pula konsumennya di katakana bagus ialah sesuai.

H2: Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen

Tujuan promosi adalah memberikan informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberikan pengaruh meningkatkan penjualan serta meningkatkan kepuasan konsumen. Suatu kegiatan promosi jika dilakukan dengan baik, dan dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya. Promosi dapat membawa keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen. Keuntungan bagi konsumen adalah konsumen dapat mengatur pengeluarannya jadi lebih baik. Sebagai kerugiannya, konsumen dibujuk untuk membeli barang yang kadang-kadang barang tersebut belum dibutuhkan. Dengan adanya promosi seperti cash discount dan potongan harga konsumen menjadi semkin puas jadi bias di simpulkan semakin baik promosi semakin baik pula kepuasan konsumen.

H3: Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Pengumpulan Data dan Sumber Data

Sampel yang digunakan untuk pengumpulan data ialah para konsumen yang sudah pernah makan di restoran Don’s Burger di kota Bekasi dimana pengumpulan datanya dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden dengan pernyataan yang berhubungan dengan kualitas layanan, harga, promosi dan juga kepuasan konsuemen, dengan metode *adjustment sampling* jadi hanya orang tertentu yang bisa mengisi kuesioner yang di berikan.

. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup, dengan harapan diperoleh informasi mengenai kualitas layanan, Harga, dan Promosi terhadap kepuasan konsumen Restoran Don’s Burger di daerah Pondok Ungu Permai kota Bekasi.

Variabel Penelitian



Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Variabel Dependen dan Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab dari variabel dependen (variabel terikat). Adapun variabel independen dalam penelitian ini, yaitu:

- a) Kualitas Layanan
- b) Harga Produk
- c) Promosi

Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

- a) Kepuasan Konsumen

Teknik Analisis Data

Di dalam penelitian ini alat bantu *software* yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 20.0 Teknik analisis data yang digunakan penulis di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Statistik deskriptif mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami. Untuk mengetahui rata-rata, nilai minimum dan maksimum, dan standar deviasi dari setiap variabel yang diteliti, maka digunakan statistik deskriptif.
- 2) Uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah data dapat mewakili populasi. Terdapat 4 asumsi klasik, yaitu :uji normalitas (*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*), uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokolerasi (*Durbin-Watson test*).
- 3) Analisis regresi berganda, yaitu memodelkan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen dengan jumlah variabel independen lebih dari satu. Regresi berganda ini dilakukan dengan bantuan SPSS 20.0.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

no	Pernyataan pelanggan yang tidak puas	persentase	Pendapat pelanggan	Pendapat Produsen
1	DON'S BURGER Memiliki ruang yang kurang nyaman	56%	fasilitas tidak lengkap seperti ac	konsep awal take away dan pengunjung sedikit yang singgah
2	DON'S BURGER Memiliki tempat parkir yang kurang luas	72%	kurang memadai karna tidak kondusif lahan parkirnya dan sempit	konsep awal take away dan lokasinya memang tidak memungkinkan untuk membuat lahan parkir yang lebih luas
3	Karyawan DON'S BURGER kurang menangani keluhan konsumen	54%	karyawan tidak berkenan membawakan kekurangan makanan yang di pesan ke meja pelanggan	karyawan minim
4	kurang Terdapat potongan harga pada produk tertentu	58%	tidak pernah ada potongan harga	harga yang di berikan sudah murah
5	Iklan DON'S BURGER tidak di ingat pelanggan	72%	tidak pernah melihat iklan di medsos maupun di medi cetak	team sales vacum, belum ada iklan
6	Karyawan memberikan informasi mengenai produk yang di tawarkan	60%	masih ragu dalam menjelaskan produk	masih kurangnya pelatihan karyawan
7	DON'S BURGER tidak Memberi cash discount	67%	tidak pernah ada cash discount saat even tertentu	karna sudah murah atau low price
8	Pelanggan kurang puas dengan promosi DON'S BURGER	51%	tidak pernah melihat promosi yang di tawarkan	marketing vacum
9	Pelanggan merasa kurang puas dengan restoran Don's Burger karena tidak berinovasi dengan produk baru	55%	tidak pernah melihat produk baru malah ada produk yang di hapus yaitu produk ayam goreng	memang belum ada tapi sudah ada penambahan extra chesse dan memang menu ayam di hapus karna di lokasi tersebut peminatnya kurang.

Dari table tersebut menjelaskan bahwa terdapat 9 maslaah yang wajib di ketahui produsen dimana masalah masalah tersebut di dapat setelah menghitung presentase hasil

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Instititut Bisnis dan Informatika Kwikkian 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.

jawaban dari setuju atau tidak setujunya sampel yang mengisi kuesioner bisa dilihat rentang 1-3 di setiap pernyataan pada table diatas berada di atas 50% berarti bisa di bilang pernyataan tersebut tidak disetujui mayoritas konsumen dan dengan pendapat yang di berikan konsumen makan bisa di berikan sebab akibat yang di kemukakan pendapat produsen.

Pengujian Asumsi Klasik

UJI AUTOKORELASI	
Statistik	Nilai
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.421

UJI NORMALITAS	
STATISTIK	NILAI
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.529

UJI HETEROKEDASTISITAS	
Variabel	Sig
Kualitas Layanan	0.025
Harga Jual	0.884
Promosi	0.709

UJI MULTIKOLINEARITAS		
VARIABEL	TOLERANCE	VIF
Kualitas Layanan	0.477	2.098
Harga Jual	0.597	1.675
Promosi	0.608	1.644

Hasil pengujian asumsi klasik adalah sebagai berikut :

- Hasil pengujian normalits dengan program SPSS 20 menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat pada lampiran table uji normalitas diperoleh *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,529 > nilai α (0.05) menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.
- Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Hasil menunjukkan bahwa nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel independen pada model regresi (tidak terjadi multikolinieritas).
- Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan uji glejser menggunakan program SPSS 21. Hasil menyatakan bahwa Kualitas Layanan < 0.05 terjadi masalah hetero, sedangkan harga jual dan Promosi tidak terjadi hetero.
- Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji Run Test dengan menggunakan program SPSS 20. Dijabarkan hasil uji autokorelasi dengan menggunakan Uji Run Test Nilai sig 0.421 > 0.05 Tidak terjadi masalah Autokorelasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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



Pengujian Model

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.606	.594	3.859

Hasil pengujian dapatkan hasil SPSS nilai R sebesar 0.778 yang menunjukkan bahwa korelasi antara variable independen (kualitas layanan, harga produk dan promosi) dengan variable dependennya (kepuasan pelanggan) adalah kuat karena di atas R tabel (0.195). Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,606 dan hasil R adjustednya sebesar 0,594 yang menjelaskan bahwa pengaruh variasi nilai kepuasan pelanggan tercermin dari variasi nilai-nilai yaitu kualitas layanan, harga dan promosi sebesar 59,4%.

Pengujian Hipotesis

Uji t (per variabel)			
X1	(+) dan Sig < 0,05	0,000	sesuai hipotesis
X2	(+) dan Sig < 0,05	0,000	sesuai hipotesis
X3	(+) dan Sig > 0,05	0,169	Sesuai hipotesis

- Nilai *p-value* variabel Kualitas Layanan menunjukkan angka $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.
- Nilai *p-value* variabel harga menunjukkan angka $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.
- Nilai *p-value* variabel promosi menunjukkan angka $0,169 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen akan tetapi dalam penelitian ini promosi tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

Pembahasan

- Pada pernyataan pertama dimana konsumen tidak setuju akan restoran Don's Burger yang memiliki ruang yang nyaman dimana karena fasilitasnya kurang lengkap seperti tidak adanya AC, disini produsen beranggapan bahwa memang belum ada fasilitas tersebut dikarenakan konsep awal restoran ini ialah *Take Away*, tapi untuk kedepannya produsen pasti ada rencana mengembangkan menjadi restoran yang seutuhnya.
- Pada pernyataan kedua dimana konsumen beranggapan restoran Don's Burger memiliki tempat parkir yang kurang kondusif dimana produsen beranggapan bahwa untuk lahan tersebut tidak memungkinkan untuk memperluas lahan parkir karna wilayahnya terbatas.
- Pernyataan selanjutnya yang menjadi masalah ialah dimana karyawan Don's Burger tidak berkenan membawakan makanan atau mengantarkan makanan ke tempat makan konsumen, dari pihak produsen mengapa seperti itu karna karyawan Don's Burger masih terlalu minim.
- Pelanggan juga tidak menyetujui mengenai potongan harga yang di berikan produsen, karna masih banyak pelanggan yang belum pernah merasakan adanya

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



potongan harga, hal ini disebabkan harga yang sudah terlalu murah yang diberikan Don's Burger.

- e. Ada juga pelanggan yang tidak pernah melihat iklan dari Don's Burger, hal ini disebabkan oleh tim sales and marketing dari perusahaan ini masih *vacuum*.
- f. Lalu pelanggan juga berpendapat bahwa restoran tersebut kurang berinovasi dalam memberikan menu baru malah ada menu yang dihilangkan, hal ini disebabkan karena masih kurangnya peminat pada menu tertentu jadi dihilangkan.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang dilakukan di bab-bab sebelumnya, berikut kesimpulan yang peneliti dapat:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
2. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
3. Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen akan tetapi dalam penelitian ini promosi tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

Saran

Karena adanya keterbatasan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan bisa membantu peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian lebih lanjut. Berikut ini beberapa saran yang peneliti berikan untuk peneliti selanjutnya, antara lain:

1. Bagi Perusahaan

- a. Dalam kualitas layanan manajemen Don's burger perlu melakukan peningkatan serta perkembangan yaitu dengan memperhatikan lahan parkir memberikan tempat yang nyaman untuk para pelanggannya serta memberikan pelatihan kepada karyawannya agar lebih baik dari sebelumnya. Untuk penyesuaian-penyesuaian tersebut dapat dilakukan dengan melakukan riset kepada para konsumen yang mengunjungi restoran Don's Burger dengan menanyakan mengenai kualitas layanan yang di berikan apakah ada yang kurang atau tidak, juga melihat layanan layanan yang di berikan pesain sejenis agar dapat meningkatkan kualitas layanan agar tercapainya kepuadsan konsumen.
- b. Dalam tingkat harga produk manajemen Don's Burger perlu melakukan penyesuaian harga khususnya memberikan potongan harga pada produk tertentu di saat-saat tertentu, penyesuaian tersebut dapat di lakukan dengan melihat pesaing sejenis agar bisa lebih baik dalam mendapatkan kepuasan konsumen.
- c. Dalam tingkat promosi manajemen Don's Burger perlu melakukan peningkatan dalam menyampaikan iklan dan promo-promo dimana agar konsumen atau calon pelanggan tertarik yang tadinya tidak tau menjadi tau,. Untuk melakukan penyesuaian-penyesuain tersebut dapat dilakukan dengan mempelajari pesaing pesaing terdahulu dengan promosi yang dibuatnya agar restoran ini dapat menyaingi pesaing sejenis atau bisa melebihi pesaing pesaing yang lebih dulu terkenal.
- d. Dalam tingkat kepuasan pelanggan manajemen Don's Burger perlu melakukan strategi agar pelanggan merasa puas terhadap restoran Don's Burger, seperti meningkatkan kualitas layanan, menyesuaikan harga serta mengencarkan promosi di berbagai media dimana dengan memperhatikan setiap aspek akan semakin baik menuju terciptanya kepuasan pelanggan.



2. Untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan-pendekatan lainnya.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan *variable* lain seperti, kualitas produk dan ekuitas merek.
- c. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah penelitian ke lingkup yang lebih besar.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis bersyukur kepada Tuhan karena dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih terhadap pihak-pihak yang membantu menyelesaikan penelitian ini ,terutama Prof. Dr. Husein Umar, MM., M.B.A. selaku pembimbing, keluarga peneliti, teman-teman peneliti, dan dosen yang telah mengajar di Kwik Kian Gie School Of Business.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, D.R. dan Schindler, P.S. (2014). *Business Research Methods*. New York: McGraw-Hill.
- Cooper, D.R. dan Schindler, P.S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Buku 1, cetakan kedua. Yogyakarta : CAPS.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Priyanto, Duwi. (2016). *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.(2016). *Service Quality dan Satisfaction* Edisi 4. Yogyakarta : Andi.

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.



Edward H Siregar dan Yesenia (2014),Jurnal: Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap

Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan *Kentucky Fried Chicken*.

Gloria K. Q Agyapong (2015),Jurnal: *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana)*.

Jessica I. Lenzun¹ James D.D. Massie² Decky Adare³ (2104), Jurnal: PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL.

Md. Anfur Rahman ,Abul Kalam, Md. Moshir Rahman, Md. Abdullah (2012),Jurnal: *The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Restaurant Services in Khulna Division*.

Orose Leelakulthanit,Boonchai Hongcharu (2015), Jurnal: *FACTORS THAT IMPACT CUSTOMER SATISFACTION: EVIDENCE FROM THE THAILAND MOBILECELLULAR NETWORK INDUSTRY*.

Somesh Kumar Sinha Dr. Priyanka Verma (2015), Jurnal: *SALES PROMOTION: A STUDY ON CUSTOMER SATISFACTION PERSPECTIVE*.

Tran Van Quyet¹, Nguyen Quang Vinh² and Taikoo Chang³ (2015), Jurnal: *Service Quality Effects on Customer Satisfaction in Banking Industry*.

Tagor M.P Panjaitan (2012), Jurnal: Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Tempat, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran Simpang Raya BSD).

Zahra Ehsani¹, Mohammad Hossein Ehsani² (2014),Jurnal: *Effect of quality and price on customer satisfaction and commitment in Iran auto industry*.

Disna Harvens (2015), Dons Burger Terus Berkembang, diakses 11 November 2015, (<http://www.beritasatu.com/kuliner/321237-dons-burger-terus-berkembang.html>)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBIKKG (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.