



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Berikut ini adalah profil dari KFC dan McDonalds

KFC

Gambar 4.1

Logo KFC



KFC (dulu dikenal dengan nama Kentucky Fried Chicken) adalah suatu merek dagang waralaba dari Yum! Brands, Inc., yang bermarkas di Louisville, Kentucky, Amerika Serikat. Didirikan oleh Col. Harland Sanders pada tahun 1952. KFC merupakan salah satu bisnis terbesar global industri pelayanan makanan dan secara luas dikenal di seluruh dunia sebagai wajah Colonel Sanders. Kini KFC memiliki lebih 17.000 outlet di 105 negara dan berapa wilayah. KFC memiliki slogan yaitu "Finger licking Good".

PT Fastfood Indonesia Tbk. adalah pemilik tunggal waralaba KFC di Indonesia, didirikan oleh Gelael Group pada tahun 1978 sebagai pihak pertama yang memperoleh waralaba KFC untuk Indonesia. Perseroan mengawali operasi restoran pertamanya pada

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.



Gambar 4.2
Menu restoran KFC



Gambar 4.3
Restoran KFC Kelapa Gading

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.



© Hak cipta milik IBI

Hak Cipta dan Informatika Kwik Kian Gie

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

McDonalds



Gambar 4.4

Logo McDonald's



McDonald's adalah waralaba rumah makan siap saji terbesar di dunia. Restoran McDonald's pertama didirikan pada tahun 1940 oleh dua bersaudara *Dick dan Mac McDonald* di *San Bernardino California*, namun kemudian dibelinya oleh *Ray Kroc* dan di perluas ke seluruh dunia. Mereka memperkenalkan "*Speedee Service System*" pada tahun 1948, yang kemudian menjadi prinsip dasar restoran siap-saji moderen. Saat ini, McDonald's adalah jaringan restoran terbesar di dunia, melayani sekitar 68 juta pelanggan setiap hari di 120 negara di sekitar 36.900 gerai dengan jumlah karyawan sebanyak 375,000 yang pada tahun 2016 berhasil mendapatkan net income sebesar US\$4.686 billion.



Di Indonesia, Restoran McDonald's pertama terletak di Sarinah, Jakarta dan dibuka pada 23 Februari 1991. Lisensi McDonald's Indonesia dimiliki oleh PT Rekso Nasional Food (RNF), salah satu anak perusahaan Rekso Group. Saat ini, McDonald's telah memiliki 168 restoran di 32 kota di seluruh Indonesia, dan masih akan terus mengembangkan layanan dengan membuka gerai-gerai baru di berbagai wilayah di Indonesia. Bagi McDonald's, pembukaan gerai baru adalah juga bukti komitmen untuk memberikan kontribusi kepada daerah. Dalam setiap pembukaan gerai baru, McDonald's memiliki komitmen kuat untuk memberikan nilai tambah kepada kota tempat McDonald's berdiri dan siapa pun yang terlibat di dalamnya.

Di Indonesia, restoran McDonald's memiliki slogan "i'm lovin' it". Pada awalnya McDonald's memiliki menu utama yaitu hamburger, tetapi juga menawarkan menu lainnya seperti kentang goreng, menu sarapan, salad, es krim, desserts, soft drinks dan lain-lain. Namun, berbeda dari kebanyakan restoran McDonald's di luar negeri, McDonald's juga menjual ayam goreng dan nasi di restoran-restorannya di Indonesia. Itu dikarenakan McDonald's ingin membuat masyarakat Indonesia merasa betah dan menyukai McDonald's yang mau mengikuti tradisi masyarakat Indonesia yang memakan nasi sebagai makanan pokoknya. McDonald's juga menawarkan harga yang relatif murah dengan penawaran berbagai jenis makanan dan minuman serta menu paket. Harga berkisar dari Rp 5.000-45.000, sedangkan minuman berkisar Rp 6.000-15.000

Gambar 4.5

Menu McDonald's

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.



Gambar 4.6

Restoran McDonald's Artha Gading



Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie

Informasi dan data yang disajikan dalam laporan ini merupakan hak cipta Kwik Kian Gie



Tabel 4.2

Uji Validitas Kualitas Layanan

No	Variabel Kualitas Layanan	r hitung	Keputusan
1	Kualitas Layanan 1	.583	Valid
2	Kualitas Layanan 2	.533	Valid
3	Kualitas Layanan 3	.657	Valid
4	Kualitas Layanan 4	.422	Valid
5	Kualitas Layanan 5	.411	Valid
6	Kualitas Layanan 6	.576	Valid
7	Kualitas Layanan 7	.611	Valid
8	Kualitas Layanan 8	.423	Valid
9	Kualitas Layanan 9	.474	Valid
10	Kualitas Layanan 10	.375	Valid

Sumber data : Hasil Uji SPSS 21

Dilihat dari tabel 4.2, berdasarkan pada hasil uji validitas yang kemudian dibandingkan dengan r tabel (0.361) ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka hasil uji validitas dari 10 indikator pertanyaan Kualitas Layanan disimpulkan telah valid semua dan dapat dimasukkan sebagai butir-butir pertanyaan dalam kuesioner.

Tabel 4.3

Uji Validitas Promosi

No	Variabel Promosi	r hitung	Keputusan
1	Promosi 1	.578	Valid
2	Promosi 2	.498	Valid
3	Promosi 3	.539	Valid
4	Promosi 4	.185	Tidak Valid
5	Promosi 5	.379	Valid
6	Promosi 6	.498	Valid
7	Promosi 7	.393	Valid
8	Promosi 8	.536	Valid

Sumber data : Hasil Uji SPSS 21

Dilihat dari tabel 4.3, berdasarkan pada hasil uji validitas yang kemudian dibandingkan dengan r tabel (0.361) ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka hasil uji validitas dari 8 indikator pertanyaan Promosi disimpulkan bahwa 7 pertanyaan valid dan 1 pertanyaan tidak

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.

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



valid. Pertanyaan yang telah valid dapat dimasukkan sebagai butir-butir pertanyaan dalam kuesioner sedangkan pertanyaan yang tidak valid harus di hapus.

Tabel 4.4

Uji Validitas Kepuasan pelanggan

No	Variabel Kepuasan pelanggan	r hitung	Keputusan
1	Kepuasan pelanggan 1	.421	Valid
2	Kepuasan pelanggan 2	.471	Valid
3	Kepuasan pelanggan 3	.387	Valid
4	Kepuasan pelanggan 4	.443	Valid
5	Kepuasan pelanggan 5	.594	Valid
6	Kepuasan pelanggan 6	.671	Valid
7	Kepuasan pelanggan 7	.341	Tidak Valid
8	Kepuasan pelanggan 8	.686	Valid
9	Kepuasan pelanggan 9	.714	Valid

Dilihat dari tabel 4.4, berdasarkan pada hasil uji validitas yang kemudian dibandingkan dengan r tabel (0.361) ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), maka hasil uji validitas dari 9 indikator pertanyaan Kepuasan pelanggan disimpulkan bahwa 8 pertanyaan valid dan 1 pertanyaan tidak valid. Pertanyaan yang telah valid dapat dimasukkan sebagai butir-butir pertanyaan dalam kuesioner sedangkan pertanyaan yang tidak valid harus di hapus.

2. Uji Reliabilitas

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

a. Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Tabel 4.5

Uji Reliabilitas Kualitas Produk

r hitung	Keputusan
.752	Reliable

Hak cipta milik BKRIK Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa pencatatan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan harus menyebutkan sumber, penititiran, penuturan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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



Sumber : Hasil pengujian SPSS 21

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha untuk Kualitas Produk adalah sebesar $0,752 > 0,7$. Dapat disimpulkan bahwa untuk variabel Kualitas Produk adalah reliabel (dapat dipercaya).

b. Uji Reliabilitas Kualitas Layanan

Tabel 4.6

Uji Reliabilitas Kualitas Layanan

r hitung	Keputusan
.821	Reliable

Sumber : Hasil uji SPSS 21

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha untuk Kualitas Layanan adalah sebesar $0,821 > 0,7$. Dapat disimpulkan bahwa untuk variabel Kualitas Layanan adalah reliabel (dapat dipercaya).

c. Uji Reliabilitas Promosi

Tabel 4.7

Uji Reliabilitas Promosi

r hitung	Keputusan
.752	Reliable

Sumber : Hasil uji SPSS 21

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha untuk Promosi adalah sebesar $0,752 > 0,7$. Dapat disimpulkan bahwa untuk variabel Promosi adalah reliabel (dapat dipercaya).

© Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C d. Uji Kepuasan pelanggan

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.8

Uji Reliabilitas Kepuasan pelanggan

r hitung	Keputusan
.818	Reliable

Sumber : Hasil uji SPSS 21

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha untuk Kepuasan pelanggan adalah sebesar $0,818 > 0,7$. Dapat disimpulkan bahwa untuk variabel Kepuasan pelanggan adalah reliabel (dapat dipercaya).

C. Analisis Deskriptif

Berikut ini adalah deskripsi dari indikator – indikator yang diteliti disusun dalam tabel frekuensi distribusi.

1. Profil Responden

Tabel 4.9 Persentase responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
Laki-laki	52	43,3	43,3
Perempuan	68	56,7	100
Total	120	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Dari tabel 4.9 di atas dapat disimpulkan responden laki-laki sebanyak 52 orang dan responden perempuan sebanyak 68 orang. Itu berarti dari 100 orang lebih banyak pengunjung perempuan.



Tabel 4.10 Persentase responden berdasarkan umur

Umur	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
< 17 tahun	2	1,7	1,7
18-25 tahun	114	95	96,7
26-35 tahun	3	2,5	99,2
> 35 tahun	1	0,8	100
Total	120	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Dari tabel 4.10 di atas dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden sebagian besar pengunjung memiliki umur berkisar 18-25 tahun yaitu dengan persentase sebesar 95%.

Tabel 4.11 Persentase responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
Mahasiswa/Pelajar	90	75	75
Karyawan	21	17,5	92,5
Wiraswasta	4	3,3	95,8
Lainnya	5	4,2	100
Total	120	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Dari tabel 4.11 di atas dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden sebagian besar pengunjung berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar yaitu dengan persentase sebesar 75%.

2. Analisis Deskriptif Indikator (McDonald's Artha Gading)

a. Kualitas Produk

(1). Bentuk (Form)

Indikator 1 : Produk dari restoran ini memiliki bentuk dan tampilan yang menarik

Tabel 4.12



Produk dari restoran ini memiliki bentuk dan tampilan yang menarik

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	1	1,7	1,7
3	10	16,7	18,3
4	36	60,0	78,3
5	13	21,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.12 yang menyatakan bahwa sebanyak 18,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 81,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa produk dari restoran McDonald's Artha Gading memiliki bentuk dan tampilan yang menarik.

Indikator 2 : Produk dari restoran ini memiliki porsi yang lebih banyak dari pesaing

Tabel 4.13

Produk dari restoran ini memiliki porsi yang lebih banyak dari pesaing

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	4	6,7	6,7
3	26	43,3	50
4	25	41,7	91,7
5	5	8,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.13 yang menyatakan bahwa sebanyak 50% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 50% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa produk dari restoran McDonald's Artha Gading memiliki porsi makanan yang lebih banyak dari pesaing tetapi sebagian lagi tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan.

(2). Ciri-ciri (Features)



Indikator 1 : Restoran ini memiliki produk yang sesuai dengan tampilan menu

Tabel 4.14

Restoran ini memiliki produk yang sesuai dengan tampilan menu

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
1	1	1,7	1,7
2	3	5,0	6,7
3	10	16,7	23,3
4	32	53,3	76,7
5	14	23,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.14 yang menyatakan bahwa sebanyak 23,3% responden memberi nilai 1-3 dan sebanyak 76,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading memiliki produk yang sesuai dengan tampilan menu.

Indikator 2 : Restoran ini memiliki menu yang bervariasi serta terdapat menu yang spesial pada waktu tertentu

Tabel 4.15

Restoran ini memiliki menu yang bervariasi serta terdapat menu yang spesial pada waktu tertentu

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	1	1,7	1,7
3	4	6,7	8,3
4	32	53,3	61,7
5	23	38,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.15 yang menyatakan bahwa sebanyak 8,3% responden memberi nilai 1-3 dan sebanyak 91,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading memiliki menu yang bervariasi serta terdapat menu yang spesial pada waktu tertentu.

© Hak cipta milik IBIKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(3). Ketahanan (durability)

Indikator 1 : Produk restoran ini memiliki ketahanan yang baik setelah beberapa waktu

Tabel 4.16

Produk restoran ini memiliki ketahanan yang baik setelah beberapa waktu

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	5	8,3	8,3
3	15	25	33,3
4	26	43,3	76,7
5	14	23,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.16 yang menyatakan bahwa sebanyak 33,3% responden memberi nilai 1-3 dan sebanyak 66,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading memiliki ketahanan yang baik setelah beberapa waktu.

(4). Keandalan (reliability)

Indikator 1 : Restoran ini menyajikan makanan dengan kondisi yang baik

Tabel 4.17

Restoran ini menyajikan makanan dengan kondisi yang baik

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	2	3,3	3,3
3	5	8,3	11,7
4	38	63,3	75
5	15	25	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

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



Berdasarkan tabel 4.17 yang menyatakan bahwa sebanyak 11,7% responden memberi nilai 1-3 dan sebanyak 88,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading menyajikan makanan dengan kondisi yang baik.

Indikator 2 : Restoran ini memiliki produk dengan rasa yang enak

Tabel 4.18

Restoran ini memiliki produk dengan rasa yang enak

Skala	Frekuensi	Presentase (%)	% Kumulatif
2	2	3,3	3,3
3	10	16,7	20
4	21	35	55
5	27	45	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.18 yang menyatakan bahwa sebanyak 20% responden memberi nilai 1-3 dan sebanyak 80% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading memiliki produk dengan rasa yang enak.

(5). Gaya (style)

Indikator 1 : Restoran ini memiliki kemasan produk yang unik

Tabel 4.19

Restoran ini memiliki kemasan produk yang unik

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	2	3,3	3,3
3	16	26,7	30
4	30	50	80
5	12	20	100

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.



Total	60	100	
-------	----	-----	--

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Berdasarkan tabel 4.19 yang menyatakan bahwa sebanyak 30% responden memberi nilai 1-3 dan sebanyak 70% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading memiliki kemasan produk yang unik.

d. Kualitas Layanan

(1). Reabilitas (Reliability)

Indikator 1 : Karyawan dari restoran ini memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan

Tabel 4.20

Karyawan dari restoran ini memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	3	5	5
4	39	65	70
5	18	30	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.20 yang menyatakan bahwa sebanyak 5% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 95% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran McDonald's Artha Gading memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan.

Indikator 2 : Karyawan restoran ini memberikan pesanan dengan cepat

Tabel 4.21

Karyawan restoran ini memberikan pesanan dengan cepat

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	1	1,7	1,7

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.



3	6	10	11,7
4	32	53,3	65
5	21	35	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.21 yang menyatakan bahwa sebanyak 11,7% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 88,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran McDonald's Artha Gading memberikan pesanan dengan cepat.

(2). Cepat tanggap (Responsiveness)

Indikator 1 : Karyawan restoran ini cepat tanggap dalam mengatasi

keluhan konsumen

Tabel 4.22

Karyawan restoran ini cepat tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	1	1,7	1,7
3	17	28,3	30
4	34	56,7	86,7
5	8	13,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.22 yang menyatakan bahwa sebanyak 30% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 70% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran McDonald's Artha Gading cepat tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen.

Indikator 2 : Karyawan restoran ini sigap menangani kebutuhan konsumen

Tabel 4.23

Karyawan restoran ini sigap menangani kebutuhan konsumen

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
-------	-----------	----------------	-------------



2	1	1,7	1,7
3	10	16,7	18,3
4	34	56,7	75
5	15	25	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.23 yang menyatakan bahwa sebanyak 18,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 81,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran McDonald's Artha Gading sigap menangani kebutuhan konsumen.

(3). Jaminan (Assurance)

Indikator 1: Karyawan restoran ini memiliki pengetahuan yang baik tentang produk

Tabel 4.24

Karyawan restoran ini memiliki pengetahuan yang baik tentang produk

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	9	15	15
4	33	55	70
5	18	30	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.24 yang menyatakan bahwa sebanyak 15% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 85% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran McDonald's Artha Gading memiliki pengetahuan yang baik tentang produk.

Indikator 2 : Karyawan restoran ini berkomunikasi dengan konsumen secara ramah

Tabel 4.25

Karyawan restoran ini berkomunikasi dengan konsumen secara ramah



Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	4	6,7	6,7
4	35	58,3	65
5	21	35	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.25 yang menyatakan bahwa sebanyak 6,7% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 93,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran McDonald's Artha Gading berkomunikasi dengan konsumen secara ramah.

(4). Empati (Emphaty)

Indikator 1 : Kemudahan bagi pelanggan dalam menyampaikan kritik

dan saran terhadap pelayanan di restoran

Tabel 4.26

Kemudahan bagi pelanggan dalam menyampaikan kritik dan saran terhadap pelayanan di restoran

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	4	6,7	6,7
3	16	26,7	33,3
4	33	55	88,3
5	7	11,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.26 yang menyatakan bahwa sebanyak 33,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 66,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam menyampaikan kritik dan saran terhadap pelayanan di restoran.



Indikator 2 : Karyawan restoran memberikan perhatian individual kepada konsumen



Hak cipta milik IBIKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.27

Karyawan restoran memberikan perhatian individual kepada konsumen

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
1	1	1,7	1,7
2	6	10	11,7
3	22	36,7	48,3
4	23	38,3	86,7
5	8	13,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.27 yang menyatakan bahwa sebanyak 48,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 51,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan dari restoran McDonald's Artha Gading memberikan perhatian individual kepada konsumen tetapi tidak sedikit juga yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan.

(5). Bukti fisik (Tangibles)

Indikator 1 : Restoran ini memiliki karyawan yang berpenampilan rapi

Tabel 4.28

Restoran ini memiliki karyawan yang berpenampilan rapi

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	6	10	10
4	40	66,7	76,7
5	14	23,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017



Berdasarkan tabel 4.28 yang menyatakan bahwa sebanyak 10% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 90% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading memiliki karyawan yang berpenampilan rapi.

Indikator 2 : Restoran ini mempunyai lahan parkir yang memadai bagi pelanggan

Tabel 4.29

Restoran ini mempunyai lahan parkir yang memadai bagi pelanggan

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
1	2	3,3	3,3
2	8	13,3	16,7
3	13	21,7	38,3
4	24	40	78,3
5	13	21,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.29 yang menyatakan bahwa sebanyak 38,3% responden memberi nilai 1-3 dan sebanyak 61,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading mempunyai lahan parkir yang memadai bagi pelanggan.

c. Promosi

(1). Sales Promotian

Indikator 1 : Restoran ini memberikan potongan harga yang lebih banyak dibandingkan pesaingnya

Tabel 4.30

Restoran ini memberikan potongan harga yang lebih banyak di



bandingkan pesaingnya

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	13	21,7	21,7
3	25	41,7	63,3
4	16	26,7	90
5	16	10	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.30 yang menyatakan bahwa sebanyak 63,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 36,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden tidak setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading memberikan potongan harga yang lebih banyak dibandingkan pesaingnya. Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan.

Indikator 2 : Restoran ini menawarkan paket dengan harga yang murah

Tabel 4.31

Restoran ini menawarkan paket dengan harga yang murah

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
1	1	1,7	1,7
2	4	6,7	8,3
3	24	40	48,4
4	26	43,3	91,7
5	5	8,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.31 yang menyatakan bahwa sebanyak 48,4% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 51,6% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading menawarkan paket dengan harga yang murah tetapi tidak sedikit juga yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institusi 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.



(2). Direct Marketing

Indikator 1 : Karyawan restoran memberikan informasi secara jelas melalui viatelepon saat order online

Tabel 4.32

Karyawan restoran memberikan informasi secara jelas melalui via telepon saat order online

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
1	2	3,3	3,3
2	3	5	8,3
3	12	20	28,3
4	31	51,7	80
5	12	20	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.32 yang menyatakan bahwa sebanyak 28,3% responden memberi nilai 1-3 dan sebanyak 71,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa karyawan restoran McDonald's Artha Gading memberikan informasi secara jelas melalui via telepon saat order online.

(3). Public Relations

Indikator 1 : Restoran ini memberikan informasi kepada konsumen melalui banyak media seperti brosur, koran, media sosial, dan lainnya.

Tabel 4.33

Restoran ini memberikan informasi kepada konsumen melalui banyak media seperti brosur, koran, media sosial, dan lainnya

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	2	3,3	3,3
3	11	18,3	21,7
4	30	50	71,7
5	17	28,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017



Berdasarkan tabel 4.33 yang menyatakan bahwa sebanyak 21,7% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 78,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading memberikan informasi kepada konsumen melalui banyak media seperti brosur, koran, media sosial, dan lainnya.

Indikator 2 : Restoran ini sering mengadakan event-event untuk menarik minat konsumen

Tabel 4.34
Restoran ini sering mengadakan event-event untuk menarik minat konsumen

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
1	1	1,7	1,7
2	9	15	16,7
3	16	26,7	43,3
4	22	36,7	80
5	12	20	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.34 yang menyatakan bahwa sebanyak 43,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 56,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading sering mengadakan event-event untuk menarik minat konsumen, tetapi tidak sedikit juga yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan.

(4). Iklan (advertising)

Indikator 1 : Restoran ini melakukan pemasangan iklan yang menarik di media elektronik (tv, internet, dll)



Tabel 4.35

Restoran ini melakukan pemasangan iklan yang menarik di media elektronik (tv, internet, dll)

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	3	5	5
3	9	15	20
4	28	46,7	66,7
5	20	33,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.35 yang menyatakan bahwa sebanyak 20% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 80% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading melakukan pemasangan iklan yang menarik di media elektronik (tv, internet, dll).

Indikator 2 : Restoran melakukan pemasangan iklan di tv dengan frekuensi yang tinggi (sering melakukan iklan)

Tabel 4.36

Restoran melakukan pemasangan iklan di tv dengan frekuensi yang Tinggi (sering melakukan iklan)

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
1	2	3,3	3,3
2	8	13,3	16,7
3	19	31,7	48,3
4	26	43,3	91,7
5	5	8,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.36 yang menyatakan bahwa sebanyak 48,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 51,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading melakukan pemasangan iklan di tv dengan frekuensi yang tinggi (sering melakukan iklan), tetapi

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



tidak sedikit juga yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan

d. Kepuasan Pelanggan

(1). Overall Customer Satisfaction

Indikator 1 : Saya puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh restoran ini

Tabel 4.37

Saya puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh restoran ini

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	1	1,7	1,7
3	3	5	6,7
4	34	56,7	63,3
5	22	36,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.37 yang menyatakan bahwa sebanyak 6,7% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 93,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh restoran McDonald's Artha Gading.

Indikator 2 : Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran ini

Tabel 4.38

Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran ini

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	1	1,7	1,7
4	45	75	76,7
5	14	23,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

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.



Berdasarkan tabel 4.38 yang menyatakan bahwa sebanyak 1,7% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 98,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran McDonald's Artha Gading.

Indikator 3 : Saya puas dengan promosi menarik yang dilakukan oleh restoran ini

Tabel 4.39

Saya puas dengan promosi menarik yang dilakukan oleh restoran ini

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	18	30	30
4	36	60	90
5	6	10	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.39 yang menyatakan bahwa sebanyak 30% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 70% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas dengan promosi menarik yang dilakukan oleh restoran McDonald's Artha Gading.

(2). Perceived Value (Nilai Pelanggan)

Indikator 1 : Saya puas dengan harga yang ditawarkan restoran ini karena sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan

Tabel 4.40

Saya puas dengan harga yang ditawarkan restoran ini karena sesuai Dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	3	5	5
3	8	13,3	18,3
4	41	68,3	86,7

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.



5	8	13,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.40 yang menyatakan bahwa sebanyak 18,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 81,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas dengan harga yang ditawarkan McDonald's Artha Gading karena sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan.

Indikator 2 : Saya puas karena restoran ini memberikan produk yang baik

meskipun ada potongan harga

Tabel 4.41

**Saya puas karena restoran ini memberikan produk yang baik
meskipun ada potongan harga**

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	1	1,7	1,7
3	10	16,7	18,3
4	40	66,7	85
5	9	15	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.41 yang menyatakan bahwa sebanyak 18,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 81,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas karena restoran McDonald's Artha Gading memberikan produk yang baik meskipun ada potongan harga

(3). Affective Respond

Indikator 1 : Saya puas karena restoran ini dapat memberikan kesenangan kepada pelanggan

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.



Tabel 4.42

Saya puas karena restoran ini dapat memberikan kesenangan kepada pelanggan

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	1	1,7	1,7
3	8	13,3	15
4	41	68,3	83,3
5	10	16,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.42 yang menyatakan bahwa sebanyak 15% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 85% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas karena restoran McDonald's Artha Gading dapat memberikan kesenangan kepada pelanggan.

Indikator 2 : Saya puas dengan restoran ini yang selalu berinovasi dengan produk baru

Tabel 4.43

Saya puas dengan restoran ini yang selalu berinovasi dengan produk baru

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	1	1,7	1,7
3	5	8,3	10
4	35	58,3	68,3
5	19	31,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.43 yang menyatakan bahwa sebanyak 10% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 90% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa

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.



sebagian besar responden puas dengan restoran McDonald's Artha Gading yang selalu berinovasi dengan produk baru

(4). Fulfilling Changing and New Needs

Indikator 1 : Saya puas dengan pelayanan restoran ini sigap menanggapi kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda

Tabel 4.44

Saya puas dengan pelayanan restoran ini sigap menanggapi kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	2	3,3	3,3
3	8	13,3	16,7
4	38	63,3	80
5	12	20	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.44 yang menyatakan bahwa sebanyak 16,7% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 83,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas dengan pelayanan restoran McDonald's Artha Gading yang sigap menanggapi kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda

3. Analisis Deskriptif Indikator (KFC Kelapa Gading)

a. Kualitas Produk

(1). Bentuk (Form)

Indikator 1 : Produk dari restoran ini memiliki bentuk dan tampilan yang menarik

Tabel 4.45

Produk dari restoran ini memiliki bentuk dan tampilan yang menarik

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.



Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	6	10	10
3	15	25	35
4	31	51,7	86,7
5	8	13,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.45 yang menyatakan bahwa sebanyak 35% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 65% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa produk dari restoran KFC Kelapa Gading memiliki bentuk dan tampilan yang menarik.

Indikator 2 : Produk dari restoran ini memiliki porsi yang lebih banyak dari Pesaing

Tabel 4.46

Produk dari restoran ini memiliki porsi yang lebih banyak dari pesaing

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	3	5	5
4	27	45	50
5	27	45	95
6	3	5	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.46 yang menyatakan bahwa sebanyak 50% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 50% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa produk dari restoran KFC Kelapa Gading memiliki porsi makanan yang lebih banyak dari pesaing tetapi sebagian lagi tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan.

(2). Ciri-ciri (Features)

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.



Indikator 1 : Restoran ini memiliki produk yang sesuai dengan tampilan menu

Tabel 4.47

Restoran ini memiliki produk yang sesuai dengan tampilan menu

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
1	1	1,7	1,7
2	4	6,7	8,3
3	6	10	18,3
4	31	51,7	70
5	18	30	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.47 yang menyatakan bahwa sebanyak 18,3% responden memberi nilai 1-3 dan sebanyak 81,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa restoran KFC Kelapa Gading memiliki produk yang sesuai dengan tampilan menu.

Indikator 2 : Restoran ini memiliki menu yang bervariasi serta terdapat menu yang spesial pada waktu tertentu

Tabel 4.48

Restoran ini memiliki menu yang bervariasi serta terdapat menu yang spesial pada waktu tertentu

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	4	6,7	6,7
4	33	55	61,7
5	23	38,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.48 yang menyatakan bahwa sebanyak 6,7% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 93,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa restoran KFC Kelapa Gading memiliki menu yang bervariasi serta terdapat menu yang spesial pada waktu tertentu.



C

(3). Ketahanan (durability)

Indikator 1 : Produk restoran ini memiliki ketahanan yang baik setelah beberapa waktu

Tabel 4.49

Produk restoran ini memiliki ketahanan yang baik setelah beberapa waktu

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	11	18,3	18,3
3	14	23,3	41,7
4	28	46,7	88,3
5	7	11,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.49 yang menyatakan bahwa sebanyak 41,7% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 58,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa produk restoran McDonald's Artha Gading memiliki ketahanan yang baik setelah beberapa waktu, tetapi tidak sedikit juga yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan

(4). Keandalan (reliability)

Indikator 1 : Restoran ini menyajikan makanan dengan kondisi yang baik

Tabel 4.50

Restoran ini menyajikan makanan dengan kondisi yang baik

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	2	3,3	3,3
3	3	5	8,3
4	38	63,3	71,7
5	17	28,3	100
Total	60	100	

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- 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.



Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.50 yang menyatakan bahwa sebanyak 8,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 91,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden besar setuju bahwa restoran KFC Kelapa Gading menyajikan makanan dengan kondisi yang baik.

Indikator 2 : Restoran ini memiliki produk dengan rasa yang enak

Tabel 4.51

Restoran ini memiliki produk dengan rasa yang enak

Skala	Frekuensi	Presentase (%)	% Kumulatif
1	1	1,7	1,7
2	6	10	11,7
3	37	61,7	73,3
4	16	26,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.51 yang menyatakan bahwa sebanyak 11,7% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 88,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa restoran KFC Kelapa Gading memiliki produk dengan rasa yang enak.

(5). Gaya (style)

Indikator 1 : Restoran ini memiliki kemasan produk yang unik

Tabel 4.52

Restoran ini memiliki kemasan produk yang unik

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	9	15	15
3	21	35	50
4	27	45	95
5	3	5	100

© 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.



Total	60	100	
-------	----	-----	--

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan tabel 4.52 yang menyatakan bahwa sebanyak 50% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 50% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran KFC Kelapa Gading memiliki kemasan produk yang unik tetapi sebagian responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan

9 Kualitas Layanan

(1). Reabilitas (Reliability)

Indikator 1 : Karyawan dari restoran ini memberikan pelayanan dengan ramah dan

Sopan

Tabel 4.53

Karyawan dari restoran ini memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	2	3,3	3,3
4	44	73,3	76,7
5	14	23,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.53 yang menyatakan bahwa sebanyak 3,3% responden memberi nilai 2 dan sebanyak 96,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran KFC Kelapa Gading memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan.

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.



Indikator 2 : Karyawan restoran ini memberikan pesanan dengan cepat



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

Hak Cipta Dirindungi Undang-Undang

Tabel 4.54

Karyawan restoran ini memberikan pesanan dengan cepat

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	2	3,3	3,3
3	3	5	8,3
4	36	60	68,3
5	19	31,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.54 yang menyatakan bahwa sebanyak 8,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 91,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran KFC Kelapa Gading memberikan pesanan dengan cepat.

(2). Cepat tanggap (Responsiveness)

Indikator 1 : Karyawan restoran ini cepat tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen

Tabel 4.55

Karyawan restoran ini cepat tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	13	21,7	21,7
3	15	25	46,7
4	26	43,3	90
5	6	10	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.55 yang menyatakan bahwa sebanyak 46,7% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 53,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa

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



sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran McDonald's Artha Gading cepat tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen, tetapi tidak sedikit juga yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan

Indikator 2 : Karyawan restoran ini sigap menangani kebutuhan konsumen

Tabel 4.56

Karyawan restoran ini sigap menangani kebutuhan konsumen

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	5	8,3	8,3
4	35	58,3	66,7
5	20	33,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.56 yang menyatakan bahwa sebanyak 8,3% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 91,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran KFC Kelapa Gading sigap menangani kebutuhan konsumen.

(3). Jaminan (Assurance)

Indikator 1: Karyawan restoran ini memiliki pengetahuan yang baik tentang produk

Tabel 4.57

Karyawan restoran ini memiliki pengetahuan yang baik tentang produk

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	3	5	5
4	32	53,3	58,3
5	25	41,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017



Berdasarkan tabel 4.57 yang menyatakan bahwa sebanyak 5% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 95% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran KFC Kelapa Gading memiliki pengetahuan yang baik tentang produk.

Indikator 2 : Karyawan restoran ini berkomunikasi dengan konsumen secara ramah

Tabel 4.58

Karyawan restoran ini berkomunikasi dengan konsumen secara ramah

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	1	1,7	1,7
3	3	5	6,7
4	34	56,7	63,3
5	22	36,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.58 yang menyatakan bahwa sebanyak 6,7% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 93,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran KFC Kelapa Gading berkomunikasi dengan konsumen secara ramah.

(4). Empati (Emphaty)

Indikator 1 : Kemudahan bagi pelanggan dalam menyampaikan kritik dan saran terhadap pelayanan di restoran

Tabel 4.59

Kemudahan bagi pelanggan dalam menyampaikan kritik dan saran terhadap pelayanan di restoran

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
-------	-----------	----------------	-------------



2	17	28,3	28,3
3	21	35	63,3
4	16	26,7	90
5	6	10	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.59 yang menyatakan bahwa sebanyak 63,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 36,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden tidak setuju bahwa restoran KFC Kelapa Gading memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam menyampaikan kritik dan saran terhadap pelayanan di restoran. Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan.

Indikator 2 : Karyawan restoran memberikan perhatian individual kepada

Konsumen

Tabel 4.60

Karyawan restoran memberikan perhatian individual kepada konsumen

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	17	28,3	28,3
3	10	16,7	45
4	28	46,7	91,7
5	5	8,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.60 yang menyatakan bahwa sebanyak 45% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 55% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa karyawan restoran McDonald's Artha Gading memberikan perhatian individual kepada konsumen, tetapi tidak sedikit juga yang



menjawab tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan

(5). Bukti fisik (Tangibles)

Indikator 1 : Restoran ini memiliki karyawan yang berpenampilan rapi

Tabel 4.61

Restoran ini memiliki karyawan yang berpenampilan rapi

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	1	1,7	1,7
3	2	3,3	5
4	42	70	75
5	15	25	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.61 yang menyatakan bahwa sebanyak 5% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 95% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran KFC Kelapa Gading memiliki karyawan yang berpenampilan rapi.

Indikator 2 : Restoran ini mempunyai lahan parkir yang memadai bagi pelanggan

Tabel 4.62

Restoran ini mempunyai lahan parkir yang memadai bagi pelanggan

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
1	3	5	5
2	16	26,7	31,7
3	7	11,7	43,3
4	28	46,7	90
5	6	10	100
Total	60	100	

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



Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.62 yang menyatakan bahwa sebanyak 45% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 55% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading mempunyai lahan parkir yang memadai bagi pelanggan, tetapi tidak sedikit juga yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. Promosi

(1) Sales Promotian

Indikator 1 : Restoran ini memberikan potongan harga yang lebih banyak di bandingkan pesaingnya

Tabel 4.63
Restoran ini memberikan potongan harga yang lebih banyak di bandingkan pesaingnya

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	8	13,3	13,3
3	17	28,3	41,7
4	30	50	91,7
5	5	8,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.63 yang menyatakan bahwa sebanyak 41,7% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 58,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading memberikan potongan harga yang lebih banyak di bandingkan pesaingnya tetapi tidak sedikit juga

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 menjawab tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan

Indikator 2 : Restoran ini menawarkan paket dengan harga yang murah

Tabel 4.64

Restoran ini menawarkan paket dengan harga yang murah

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	10	16,7	16,7
3	13	21,7	38,3
4	34	56,7	95
5	3	5	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.64 yang menyatakan bahwa sebanyak 38,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 61,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran KFC Kelapa Gading menawarkan paket dengan harga yang murah.

(2). Direct Marketing

Indikator 1 : Karyawan restoran memberikan informasi secara jelas melalui via telepon saat order online

Tabel 4.65

Karyawan restoran memberikan informasi secara jelas melalui via telepon saat order online

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	3	5	5
3	3	5	10
4	40	66,7	76,7

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



5	14	23,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.65 yang menyatakan bahwa sebanyak 10% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 90% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa karyawan restoran KFC Kelapa Gading memberikan informasi secara jelas melalui via telepon saat order online.

(3). Public Relations

Indikator 1 : Restoran ini memberikan informasi kepada konsumen melalui banyak media seperti brosur, koran, media sosial, dan lainnya.

Tabel 4.66

Restoran ini memberikan informasi kepada konsumen melalui banyak media seperti brosur, koran, media sosial, dan lainnya

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	1	1,7	1,7
3	7	11,7	13,3
4	37	61,7	75
5	15	25	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.66 yang menyatakan bahwa sebanyak 13,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 86,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa restoran KFC Kelapa Gading memberikan informasi kepada konsumen melalui banyak media seperti brosur, koran, media sosial, dan lainnya.



Indikator 2 : Restoran ini sering mengadakan event-event untuk menarik minat

Konsumen

Tabel 4.67

Restoran ini sering mengadakan event-event untuk menarik minat konsumen

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
1	1	1,7	1,7
2	8	13,3	15
3	17	28,3	43,3
4	28	46,7	90
5	6	10	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.67 yang menyatakan bahwa sebanyak 43,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 56,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading sering mengadakan event-event untuk menarik minat konsumen, tetapi tidak sedikit juga yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan

(4). Iklan (advertising)

Indikator 1 : Restoran ini melakukan pemasangan iklan yang menarik di media

elektronik (tv, internet, dll)

Tabel 4.68

Restoran ini melakukan pemasangan iklan yang menarik di media elektronik (tv, internet, dll)

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
1	1	1,7	1,7
2	3	5	6,7
3	10	16,7	23,3
4	36	60	83,3

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



5	10	16,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.68 yang menyatakan bahwa sebanyak 6,7% responden memberi nilai 1-3 dan sebanyak 93,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa restoran KFC Kelapa Gading melakukan pemasangan iklan yang menarik di media elektronik (tv, internet, dll).

Indikator 2 : Restoran melakukan pemasangan iklan di tv dengan frekuensi yang tinggi (sering melakukan iklan)

Tabel 4.69

Restoran melakukan pemasangan iklan di tv dengan frekuensi yang tinggi (sering melakukan iklan)

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
1	1	1,7	1,7
2	11	18,3	20
3	16	26,7	46,7
4	26	43,3	90
5	6	10	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.69 yang menyatakan bahwa sebanyak 46,7% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 53,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian responden setuju bahwa restoran McDonald's Artha Gading melakukan pemasangan iklan di tv dengan frekuensi yang tinggi (sering melakukan iklan), tetapi tidak sedikit juga yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan itu. Maka hal masalah ini akan dibahas lebih lanjut pada sub bab pembahasan

d. Kepuasan Pelanggan



(1). Overall Customer Satisfaction

Indikator 1 : Saya puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh restoran ini

Tabel 4.70

Saya puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh restoran ini

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	2	3,3	3,3
4	44	73,3	76,7
5	14	23,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.70 yang menyatakan bahwa sebanyak 3,3% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 96,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh restoran KFC Kelapa Gading.

Indikator 2 : Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran ini

Tabel 4.71

Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran ini

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	5	8,3	8,3
3	4	6,7	15
4	31	51,7	66,7
5	20	33,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.71 yang menyatakan bahwa sebanyak 15% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 85% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran KFC Kelapa Gading.

Indikator 3 : Saya puas dengan promosi menarik yang dilakukan oleh restoran ini

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



Tabel 4.72

Saya puas dengan promosi menarik yang dilakukan oleh restoran ini

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	7	11,7	11,7
3	10	16,7	28,3
4	35	58,3	86,7
5	8	13,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.72 yang menyatakan bahwa sebanyak 28,3% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 71,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas dengan promosi menarik yang dilakukan oleh restoran KFC Kelapa Gading.

(2). Perceived Value (Nilai Pelanggan)

Indikator 1 : Saya puas dengan harga yang ditawarkan restoran ini karena sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan

Tabel 4.73

Saya puas dengan harga yang ditawarkan restoran ini karena sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	1	1,7	1,7
3	14	23,3	25
4	34	56,7	81,7
5	11	18,3	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.73 yang menyatakan bahwa sebanyak 25% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 75% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa



sebagian besar responden puas dengan harga yang ditawarkan restoran KFC Kelapa Gading karena sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan.

Indikator 2 : Saya puas karena restoran ini memberikan produk yang baik meskipun ada potongan harga

Tabel 4.74

Saya puas karena restoran ini memberikan produk yang baik meskipun ada potongan harga

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	6	10	10
4	41	68,3	78,3
5	13	21,7	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.74 yang menyatakan bahwa sebanyak 10% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 90% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas karena restoran KFC Kelapa Gading memberikan produk yang baik meskipun ada potongan harga

(3). Affective Respond

Indikator 1 : Saya puas karena restoran ini dapat memberikan kesenangan kepada pelanggan

Tabel 4.75

Saya puas karena restoran ini dapat memberikan kesenangan kepada Pelanggan

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	11	18,3	18,3
4	40	66,7	85
5	9	15	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017



Berdasarkan tabel 4.75 yang menyatakan bahwa sebanyak 18,3% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 81,7% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas karena restoran KFC Kelapa Gading dapat memberikan kesenangan kepada pelanggan.

Indikator 2 : Saya puas dengan restoran ini yang selalu berinovasi dengan produk baru

Tabel 4.76

Saya puas dengan restoran ini yang selalu berinovasi dengan produk baru

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
2	2	3,3	3,3
3	2	3,3	6,7
4	26	43,3	50
5	30	50	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.76 yang menyatakan bahwa sebanyak 6,7% responden memberi nilai 2-3 dan sebanyak 93,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas dengan restoran KFC Kelapa Gading yang selalu berinovasi dengan produk baru

(4). Fulfilling Changing and New Needs

Indikator 1 : Saya puas dengan pelayanan restoran ini sigap menanggapi kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda

Tabel 4.77

Saya puas dengan pelayanan restoran ini sigap menanggapi kebutuhan Pelanggan yang berbeda-beda

Skala	Frekuensi	Persentase (%)	% Kumulatif
3	7	11,7	11,7



4	32	53,3	65
5	21	35	100
Total	60	100	

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.77 yang menyatakan bahwa sebanyak 11,7% responden memberi nilai 3 dan sebanyak 88,3% responden memberi nilai 4-5 itu berarti bahwa sebagian besar responden puas dengan pelayanan restoran KFC Kelapa Gading yang siap menanggapi kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 4.78

Perbandingan McDonald's Artha Gading dan KFC Kelapa Gading

Variabel	McDonald	KFC	Kesimpulan
1. Kualitas Produk			
- Produk dari restoran ini memiliki bentuk dan tampilan yang menarik	4,02	3,68	
- Produk dari restoran ini memiliki porsi yang lebih banyak dari pesaing	3,52	3,5	
- Restoran ini memiliki produk yang sesuai dengan tampilan menu	3,92	4,02	
- Restoran ini memiliki menu yang bervariasi serta terdapat menu yang spesial pada waktu tertentu	4,28	4,32	
- Produk restoran ini memiliki ketahanan yang baik setelah beberapa waktu	3,82	3,52	
- Restoran ini menyajikan makanan dengan kondisi yang Baik	4,1	4,17	
- Restoran ini memiliki produk dengan rasa yang enak	4,22	4,13	
- Restoran ini memiliki kemasan produk yang unik	3,87	3,4	
Total	$31,75/8 = 3,97$	$30,74/8 = 3,84$	McDonald's Lebih Baik

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya. Untuk penyalinan sebagian atau seluruhnya, harus dengan izin IBIKKG.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya 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.



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

2. Kualitas Layanan			
Karyawan dari restoran ini memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan	4,25	4,17	
- Karyawan restoran ini memberikan pesanan dengan Cepat	4,22	4,2	
Karyawan restoran ini cepat tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen	3,82	3,42	
Karyawan restoran ini sigap menangan kebutuhan Konsumen	4,05	4,25	
Karyawan restoran ini memiliki pengetahuan yang baik tentang produk	4,15	4,37	
Karyawan restoran ini berkomunikasi dengan konsumen secara ramah	4,28	4,28	
Kemudahan bagi pelanggan dalam menyampaikan kritik dan saran terhadap pelayanan di restoran	3,72	3,18	
Karyawan restoran memberikan perhatian individual kepada konsumen	3,52	3,35	
- Restoran ini memiliki karyawan yang berpenampilan Rapi	4,13	4,18	
- Restoran ini mempunyai lahan parkir yang memadai bagi pelanggan	3,63	3,3	
Total	$39,77/10 = 3,98$	$38,7/10 = 3,87$	McDonald's Lebih Baik
3. Promosi			
- Restoran ini memberikan potongan harga yang lebih banyak di bandingkan pesaingnya	3,25	3,53	
- Restoran ini menawarkan paket dengan harga yang murah	3,5	3,5	
- Karyawan restoran memberikan informasi secara jelas melalui via telepon saat order online	3,8	4,08	
- Restoran ini memberikan informasi kepada konsumen melalui banyak media seperti brosur, koran, media sosial, dan lainnya.	4,03	4,1	
- Restoran ini sering mengadakan event-event untuk menarik minat konsumen	3,58	3,5	
- Restoran ini melakukan pemasangan iklan yang menarik di media elektronik (tv, internet, dll)	4,08	3,85	
- Restoran melakukan pemasangan iklan di tv dengan frekuensi yang tinggi (sering melakukan iklan)	3,4	3,42	
Total	$25,64/7 = 3,67$	$25,98/7 = 3,7$	KFC Lebih Baik



4. Kepuasan pelanggan			
Saya puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh restoran ini	4,28	4,2	
- Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran ini	4,22	4,1	
Saya puas dengan promosi menarik yang dilakukan oleh restoran ini	3,8	3,73	
Saya puas dengan harga yang ditawarkan restoran ini karena sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan	3,9	3,92	
Saya puas karena restoran ini memberikan produk yang baik meskipun ada potongan harga	3,95	4,12	
Saya puas karena restoran ini dapat memberikan kesenangan kepada pelanggan	4	3,97	
Saya puas dengan restoran ini yang selalu berinovasi dengan produk baru	4,2	4,4	
Saya puas dengan pelayanan restoran ini sigap menanggapi kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda	4	4,23	
Total	$32,35/8 = 4,04$	$32,67/8 = 4,08$	KFC Lebih Baik
HASIL AKHIR	$15,66/4 = 3,915$	$15,5/4 = 3,875$	Secara keseluruhan McDonald's lebih baik

D. Analisis Inferensial

Dalam Bab ini akan di sajikan hasil uji dari 120 responden mengenai pengaruh kualitas Produk, kualitas Layanan , dan Promosi terhadap kepuasan pelanggan McDonald's Artha Gading dan KFC Kelapa Gading dengan SPSS 21

1. Uji Analisis Klasik

(a). Uji Normalitas

Tabel 4.79 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000

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

Kwik Kian Gie School of Business dan Informatika Kwik Kian Gie



	Std. Deviation	2,09923361
	Absolute	,055
Most Extreme Differences	Positive	,055
	Negative	-,035
	Kolmogorov-Smirnov Z	,602
	Asymp. Sig. (2-tailed)	,861

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Uji Normalitas pada pengujian ini menggunakan Kolmogorov Smirnov. Pada tabel 4.79 di dapatkan hasil *Asymp.Sig.(2-tailed)* sebesar **0.861** atau **> 0.05** sehingga dapat disimpulkan **data residual berkontribusi normal**.

(b). Uji Multikolinearitas

Tabel 4.80 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,553	2,358		2,355	,020		
Kualitas Produk	,298	,073	,285	4,067	,000	,797	1,255
Kualitas Layanan	,341	,057	,451	5,944	,000	,680	1,470
Promosi	,165	,059	,197	2,813	,006	,795	1,258

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Pengujian Multikolineritas diketahui VIF dari setiap variabel independen. Dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas apabila nilai VIF < 10 dan tolerance >

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.



0,1. Maka dari tabel 4.80, di dapatkan kesimpulan yaitu Kualitas Produk sebesar $1.255 < 10$, kualitas layanan $1.470 < 10$ dan promosi $1.258 < 10$ serta tolerance dari $1.255 < 10$, kualitas produk $0.797 > 0.1$, kualitas layanan $0.680 > 0.1$ dan promosi $0.795 > 0.1$. Atas hasil uji tersebut kesimpulannya semua variabel independen terbebas dari multikolinieritas.

(c). Uji Autokorelasi

Tabel 4.81 Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.08768
Cases < Test Value	60
Cases >= Test Value	60
Total Cases	120
Number of Runs	54
Z	-1,283
Asymp. Sig. (2-tailed)	,199

a. Median

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Dalam penelitian ini, untuk menguji autokorelasi menggunakan metode RUN-Test yaitu dengan dasar pengambilan keputusan $Asymp.Sig.(2-tailed) > 0,05$. Maka dilihat dari tabel 4.81 didapatkan kesimpulan $Asymp.Sig.(2-tailed)$ sebesar $0,199 > 0,05$ yang berarti penelitian ini bebas dari masalah autokorelasi.

(d). Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.82 Uji Heterokedastisitas

Correlations				
	Kualitas Produk	Kualitas Layanan	Promosi	ABS_RES

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.



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. Penulisan tidak meruikan karya ilmiah yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

		1,000	,374**	,247**	,096
Kualitas Produk	Correlation Coefficient				
	Sig. (2-tailed)		,000	,007	,297
Kualitas Layanan	N	120	120	120	120
	Correlation Coefficient	,374**	1,000	,437**	,068
Promosi	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,464
	N	120	120	120	120
ABS_RES	Correlation Coefficient	,247**	,437**	1,000	,015
	Sig. (2-tailed)	,007	,000		,874
	N	120	120	120	120
	Correlation Coefficient	,096	,068	,015	1,000
	Sig. (2-tailed)	,297	,464	,874	
	N	120	120	120	120

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dalam uji heterokedastisitas ini menggunakan uji Spearman's rho dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Dari tabel 4.82 dapat di lihat bahwa nilai sig dari kualitas produk sebesar 0,297 > 0,05 , kualitas layanan sebesar 0,464 > 0,05 dan promosi sebesar 0,874 yang dapat disimpulkan yaitu semua variabel independen bebas dari masalah heterokedastisitas.

2. Analisis Regresi

a. Koefisien Determinasi

Tabel 4.83
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,739 ^a	,546	,535	2,126

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Dari tabel 4.83 di dapatkan hasil SPSS nilai R sebesar 0.739 yang menunjukkan bahwa korelasi antara variabel independen (kualitas produk, kualitas

layanan, promosi) dengan variabel dependennya (kepuasan pelanggan) adalah kuat.

Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,546 dan hasil R adjustednya sebesar 0,535 yang menjelaskan bahwa pengaruh variasi nilai kepuasan pelanggan tercermin dari variasi nilai-nilai yaitu kualitas produk, kualitas layanan dan promosi sebesar 53,5%

c. Uji Kecocokan Model

Tabel 4.84

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	631,585	3	210,528	46,569	,000 ^b
Residual	524,407	116	4,521		
Total	1155,992	119			

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

Dari tabel 4.84 di atas dapat dilihat uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 46.569 dengan probabilitas $0,000 < 0,05$. Jadi, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan atau dapat dikatakan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan .

c. Nilai Pengaruh Antar Variabel

Untuk menginterpretasikan koefisien variabel independen dapat menggunakan unstandardized coefficients maupun standardized coefficients.

Tabel 4.85

Analisis Regresi Berganda



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.



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,553	2,358		2,355	,020
Kualitas Produk	,298	,073	,285	4,067	,000
Kualitas Layanan	,341	,057	,451	5,944	,000
Promosi	,165	,059	,197	2,813	,006

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : data penelitian yang telah diolah, 2017

$$Y = 5.553 + 0.298 X_1 + 0.341 X_2 + 0.165 X_3$$

Dari tabel 4.85 diketahui bahwa Sig untuk kualitas produk adalah 0.000 yang berarti < 0.05 dan nilai t sebesar 4.067 sehingga variabel kualitas produk berhubungan positif terhadap kepuasan pelanggan dan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. kualitas layanan memiliki nilai sig 0.000 yang berarti < 0.05 dan nilai t sebesar 5.944 yang berarti bahwa variabel kualitas layanan berhubungan positif terhadap kepuasan pelanggan dan juga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, untuk variabel promosi adalah 0.006 < 0.05 dan nilai t sebesar 2.813 yang berarti bahwa variabel promosi berhubungan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil tabel analisis regresi berganda di ketahui bahwa :

Hipotesis 1 : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan

Pembuktian : Besarnya regresi variabel kualitas produk adalah 0.285 yaitu memiliki nilai positif, nilai Sig untuk kualitas produk adalah 0.000 berarti terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan . Jadi terbukti bahwa hipotesis 1 adalah **benar**



- Hipotesis 2 : Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan

Pembuktian : Besarnya regresi variabel kualitas layanan adalah 0.451 yaitu memiliki nilai positif , nilai Sig untuk kualitas layanan adalah 0.000 berarti terbukti bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan . Jadi terbukti bahwa hipotesis 2 adalah **benar**

Hipotesis 3 : Kualitas Promosi berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan

Pembuktian : Besarnya regresi variabel promosi 0.197 yaitu memiliki nilai positif, Sig untuk variabel promosi adalah 0.006 berarti ada pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan. Jadi terbukti bahwa hipotesis 3 adalah **benar**

E. Pembahasan

1. Berdasarkan 120 responden di wilayah kelapa gading, sunter , dan sekitarnya dengan jumlah responden pria adalah 52 orang (43,3%) dan jumlah responden wanita 68 orang (56,7%) dan mayoritas dalam rentang usia 18-25 tahun (95%) dan mayoritas adalah mahasiswa/pelajar (75%).
2. Setelah data yang di peroleh dan kemudian diolah dengan SPSS 21, mendapatkan hasil bahwa semua variabel (kualitas produk, kualitas layanan, promosi dan kepuasan pelanggan) dinyatakan reliabel. Dalam uji validitas beberapa indikator dinyatakan tidak valid yaitu untuk variabel kualitas produk terdapat 2 dari 10 pertanyaan yang tidak valid, untuk variabel kualitas layanan terdapat 10 pertanyaan

yang semuanya valid, untuk variabel promosi terdapat 1 dari 8 pertanyaan yang tidak valid dan untuk variabel kepuasan pelanggan terdapat 1 dari 9 pertanyaan yang tidak valid. Bagi pertanyaan yang dikatakan tidak valid akan di hapus karena tidak layak untuk di masukkan kedalam kuesioner.

3. Berdasarkan hasil uji kuesioner pada indikator “Produk dari restoran McDonald’s memiliki porsi yang lebih banyak dari pesaing” masih belum baik karena yang mengisi nilai 2-3 sebanyak 50% dan itu berarti 50% responden tidak setuju akan pernyataan itu. jadi pada kenyataanya McDonald’s Artha Gading tidak memberikan porsi makanan yang lebih banyak dari pesaingnya. Setelah peneliti melakukan survey ke tempat nya langsung peneliti melihat bahwa pada dasarnya porsi makanan yang di berikan Mcdonald’s sama dengan porsi dari restoran sejenis lainnya. Contoh: porsi nasi dan minuman cenderung sama karena memiliki takaran khusus. Tetapi peneliti menemukan fakta dari beberapa pengunjung bahwa porsi/ukuran ayam dari restoran McDonald’s lebih kecil dibandingkan ayam dari pesaingnya yaitu KFC. Peneliti mengira hal itu yang menyebabkan 50% responden tidak setuju dengan pernyataan itu.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.



4. Berdasarkan hasil uji kuesoner pada indikator “Karyawan restoran McDonald’s memberikan perhatian individual kepada konsumen” masih belum baik karena yang mengisi nilai 2-3 sebanyak 48,3% dan itu berarti sebagian responden tidak setuju akan pernyataan itu. Setelah peneliti melakukan survey ke tempat nya langsung peneliti melihat bahwa kurangnya kesadaran dan kepekaan karyawan terhadap konsumen. Kurangnya perhatian ini terlihat saat konsumen memiliki masalah-masalah kecil yang terjadi seperti kesusahaan untuk membawa pesanan yang cukup banyak tetapi tidak ada karyawan yang membantu. Hal ini terjadi karena kurangnya karyawan yang dapat membantu atau memberikan fokusnya kepada konsumen, tetapi restoran lebih fokus untuk menempatkan karyawan yang banyak di bagian kasir dan dapur. Saran dari konsumen bagi restoran McDonald’s yaitu untuk bisa lebih memberikan perhatian individual kepada konsumen yang sekiranya membutuhkan bantuan, restoran lebih baik menambah karyawan yang fokus untuk memberikan perhatian kepada konsumen dengan lebih banyak memberikan waktu untuk mendengarkan setiap keluhan atau keinginan konsumen dengan baik agar konsumen dapat merasa lebih di perhatikan dan dilayani dengan baik. Karena hal ini penting untuk memastikan apakah konsumen merasa puas atau tidak dengan restoran McDonald’s ini.

5. Berdasarkan hasil uji kuesoner pada indikator variabel promosi yaitu “Restoran McDonald’s Artha Gading memberikan potongan harga yang lebih banyak dibandingkan pesaingnya” masih belum baik karena yang mengisi nilai 1-3 sebanyak 63,3% dan itu berarti 63,3% responden tidak setuju akan pernyataan ini. Jadi pada kenyataanya restoran McDonald’s Artha Gading kurang memberikan potongan harga di bandingkan pesaingnya. Setelah peneliti melakukan survey

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.

langsung ke tempat nya, peneliti melihat bahwa restoran McDonald's banyak memberikan potongan harga dengan kartu kredit seperti kartu kredit UOB, BNI, BRI, T-Cash, Bank Permata dll. Setelah di lihat sebagian besar pengunjung restoran McDonald's adalah mahasiswa/pelajar dan menurut saya yang adalah seorang mahasiswa, untuk memiliki sebuah kartu kredit di kalangan sebagian besar mahasiswa akan terbilang jarang di miliki dikarenakan seorang mahasiswa belum memiliki penghasilan sendiri. Hal ini yang mungkin menjadi penyebab 63,3% responden tidak setuju dengan pernyataan ini. Apabila di bandingkan dengan pesaingnya yaitu KFC, maka KFC lebih sering memberikan potongan harga tanpa syarat yang berlebihan seperti diskon Wing Bucket isi 9 pics dengan potongan 50% dan paket Big 5 dengan harga normal 76.500 menjadi 50.000. Dari contoh ini terlihat wajar apabila sebagian besar tidak setuju apabila di katakan potongan McDonald's lebih banyak di banding KFC. Maka **Solusi** nya adalah pihak restoran McDonald's harus lebih memperhatikan dan membuat diskon yang menarik yang di sanggupi oleh golongan mahasiswa karena menurut survei sebagian besar pengunjung McDonald's adalah mahasiswa. Apabila hal ini menjadi bisa fokus oleh McDonald's dan diterapkan solusi tersebut kemungkinan besar lebih banyak mahasiswa/pelajar yang akan lebih memilih McDonald's sebagai pilihan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (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.





6. Berdasarkan hasil uji kuesioner pada indikator promosi yaitu “Restoran McDonald’s Artha Gading menawarkan paket dengan harga yang murah” masih belum baik karena yang mengisi 2-3 sebanyak 48,4 dan itu berarti sebagian responden tidak setuju akan pernyataan itu. Setelah peneliti bertemu dan bertanya dengan konsumen secara langsung, konsumen berpendapat bahwa harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan porsi makanan yang diberikan, seperti paket panas 2 (ayam + nasi + minuman) seharga Rp. 35.909. Menurut responden yang dalam penelitian ini sebagian besar ialah mahasiswa, menu paket 2 dengan harga Rp 35.909 terbilang mahal karena porsi yang diberikan tidak banyak dan variasi makanan sedikit. Saran bagi restoran yaitu sebaiknya sedikit menurunkan harga atau apabila memilih untuk tetap memberikan harga seperti itu, sebaiknya menambahkan porsi makanan atau variasi makanan seperti (Nasi + ayam + salad/buah/ puding + minuman). Hal ini akan terlihat lebih sesuai dan membuat konsumen lebih tertarik.

7. Indikator “Restoran McDonald’s Artha Gading sering mengadakan event-event untuk menarik minat konsumen?”. Masih belum baik karena yang mengisi 2-3 sebanyak 43,3 dan itu berarti sebagian responden tidak setuju akan pernyataan itu. Setelah peneliti melakukan pencarian informasi melalui berbagai sumber, maka diketahui bahwa McDonald’s pernah membuat beberapa event seperti ulang tahun, McDonald’s Junior Futsal Championship dan Jakarta Kids Dancer. Tetapi menurut

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



responden event-event yang diadakan kurang menarik karena tidak melibatkan masyarakat umum. Saran bagi restoran yaitu sebaiknya pihak restoran lebih sering membuat event-event menarik yang bisa dinikmati berbagai usia seperti Gathering/konser musik yang disukai kaum muda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

8. Berdasarkan hasil uji kuesioner pada indikator promosi “Restoran McDonald’s Artha Gading melakukan pemasangan iklan di tv dengan frekuensi yang tinggi (sering melakukan iklan). Masih belum baik karena yang mengisi 2-3 sebanyak 48,3% dan itu berarti sebagian responden tidak setuju akan pernyataan itu. Pada kenyataannya setelah peneliti melakukan pengamatan di media tv, didapatkan hasil bahwa restoran McDonald’s pernah membuat cukup banyak iklan. Iklan terakhir yang di buat oleh perusahaan bertema “McDonald Burger Rasa Rendang” dan “Happy Meal Edisi The Emoji Movie”. Iklan-iklan tersebut sering muncul di internet terutama via youtube, tetapi sayangnya iklan-iklan tersebut kurang aktif muncul di televisi saat hari-hari biasa. Hanya menjelang hari raya barulah iklan kembali diaktifkan kembali. Saran bagi perusahaan yaitu untuk meningkatkan frekuensi pemasangan iklan produk di televisi dan media lainnya karena iklan di televisi memungkinkan restoran untuk menjangkau banyak orang pada tingkat nasional atau regional dalam waktu singkat. Membuat iklan yang menarik dengan menyajikan promo-promo menarik dapat membuat konsumen yang melihat iklan tersebut tertarik untuk segera membeli.

9. Berdasarkan hasil uji kuesioner pada indikator kualitas layanan yaitu “Produk dari restoran KFC Kelapa Gading memiliki porsi yang lebih banyak dari pesaing” masih belum baik karena yang mengisi nilai 2-3 sebanyak 50% dan itu berarti 50% responden tidak setuju akan pernyataan itu. jadi pada kenyataannya KFC Kelapa

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.



Gading tidak memberikan porsi makanan yang lebih banyak dari pesaingnya. Setelah peneliti melakukan survey ke tempat nya langsung peneliti melihat bahwa pada dasarnya porsi makanan yang di berikan KFC sama dengan porsi dari restoran sejenis lainnya. Contoh: porsi nasi dan minuman cenderung sama karena memiliki takaran khusus. Tetapi peneliti menemukan fakta dari beberapa pengunjung bahwa untuk produk ayam, KFC memang lebih baik dari segi ukuran/porsi tetapi untuk produk lain seperti burger maka KFC terbilang kalah oleh McDonald's karena pada dasarnya McDonald's terkenal dengan burger nya yang enak dan lebih besar ukurannya. Peneliti mengira hal itu yang menyebabkan 50% responden tidak setuju dengan pernyataan itu. Solusi nya adalah sebaiknya pihak KFC meningkatkan kualitas dan kuantitas produk-produk nya yang lain bukan hanya menu utama yaitu ayam goreng karena banyak menu lain yang juga menarik. Hal ini harus dilakukan apabila KFC ingin menang dalam persaingan yaitu KFC harus memiliki keunggulan yang lebih dibandingkan pesaingnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI BKKG (Asosiasi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

10. Berdasarkan hasil uji kuesioner pada indikator kualitas produk yaitu “Produk restoran KFC Kelapa Gading memiliki ketahanan yang baik setelah beberapa waktu” masih belum baik karena yang mengisi 2-3 sebanyak 41,7% dan itu berarti sebagian responden tidak setuju akan pernyataan itu. Setelah peneliti melakukan pengamatan lebih lanjut dan melihat bahwa produk makanan yang dibeli apabila disimpan dalam beberapa waktu akan membuat makanan tersebut menjadi berubah, seperti ayam goreng yang apabila di simpan lebih lama dalam keadaan tertutup akan membuat kulit ayam menjadi lunak dan tidak gurih lagi. Terdapat juga produk lain seperti fish & fries yang apabila di simpan dalam beberapa waku akan membuatnya menjadi sedikit keras. Hal ini tentu membuat kualitas rasa menjadi menurun saat makanan

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.



didiamkan dalam beberapa waktu. Saran untuk restoran yaitu sebaiknya menangani masalah tersebut dengan mengganti bahan kemasan yang dapat menahan suhu tetap hangat agar makanan tetap baik walaupun sudah beberapa lama didiamkan. Seperti kemasan Greenpack berbahan virgin pulp yang ramah lingkungan, anti minyak dan dapat digunakan di dalam microwave.

11. Berdasarkan hasil uji kuesioner pada indikator kualitas layanan “Karyawan restoran KFC Kelapa Gading cepat tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen” masih belum baik karena yang mengisi 2-3 sebanyak 46,7% dan itu berarti sebagian responden tidak setuju akan pernyataan ini. Pada kenyataannya saat peneliti melakukan survei ke restoran, peneliti melihat bahwa kurangnya cepat tanggapnya karyawan untuk menyelesaikan keluhan konsumen, misalnya keluhan konsumen saat meja makan masih terlihat kotor padahal konsumen sebelumnya telah menyelesaikan makannya dan saat konsumen mengeluh saat melihat toilet yang kotor. Kurangnya tenaga pelayanan di restoran membuat keluhan-keluhan tersebut menjadi lama untuk diselesaikan. Saran bagi restoran yaitu sebaiknya menambah tenaga kerja yang di tugaskan secara khusus untuk dapat menyelesaikan keluhan-keluhan konsumen dengan segera agar konsumen merasa nyaman dan terciptalah kepuasan pelanggan.

12. Berdasarkan hasil uji kuesioner pada indikator kualitas produk yaitu “Restoran KFC Kelapa Gading memiliki kemasan produk yang unik” masih belum baik karena yang mengisi nilai 2-3 sebanyak 50% dan itu berarti 50% responden tidak setuju akan pernyataan itu. jadi pada kenyataannya KFC Kelapa Gading memiliki kemasan produk yang tidak unik.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Setelah peneliti melakukan survey ke tempatnya langsung, peneliti menilai bahwa kemasan produk KFC kurang bervariasi dan unik. Kemasan produk KFC cenderung tidak berubah dari waktu ke waktu tidak memiliki inovasi. Bila di lihat dan dibandingkan maka kemasan produk McDonald's lebih bervariasi dan menarik, bahan kemasan yang memenuhi standar keamanan serta bisa didaur ulang. Hal ini yang mungkin menjadi penyebab kenapa menurut 50% responden tidak setuju apabila dikatakan KFC punya kemasan yang unik. Solusi nya adalah bagi pihak KFC untuk melakukan inovasi bukan hanya pada menu makanan/minuman tetapi juga pada kemasan karena kemasan yang unik juga dapat menarik minat konsumen untuk membeli serta kemasan yang unik juga merupakan suatu keunggulan.

13. Berdasarkan hasil uji kuesoner pada indikator kualitas layanan “Kemudahan bagi pelanggan dalam menyampaikan kritik dan saran terhadap pelayanan di KFC Kelapa Gading” masih belum baik karena yang mengisi nilai 2-3 sebanyak 63,3% dan itu berarti 63,3% responden tidak setuju akan pernyataan itu. jadi pada kenyataanya

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.



KFC Kelapa Gading tidak memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk menyampaikan kritik dan saran. Setelah peneliti melakukan survey ke tempat nya langsung peneliti melihat bahwa belum disediakannya kotak kritik dan saran untuk konsumen melaporkan keluhan dan memberikan sarannya. Solusi nya adalah pihak KFC Kelapa Gading harus memiliki inisiatif untuk memberikan sarana bagi pelanggan untuk menyampaikan kritik dan saran, misalnya melalui kotak saran atau layanan sms. Layanan ini penting karena dengan saran/kritik dari pelanggan maka perusahaan akan tahu apa kekurangan yang dirasakan pelanggan sehingga darisitu perusahaan dapat memperbaiki/merubah kekurangan itu menjadi kelebihan.

14. Berdasarkan hasil uji kuesioner pada indikator kualitas layanan yaitu “Karyawan restoran KFC Kelapa Gading memberikan perhatian individual kepada konsumen” masih belum baik karena yang mengisi 2-3 sebanyak 45% dan itu berarti sebagian responden tidak setuju dengan pernyataan ini. Pada kenyataan nya, karyawan restoran KFC Kelapa Gading kurang memberikan perhatian kepada konsumen terbukti dengan banyak nya keluhan yang dilontarkan oleh konsumen. Saran bagi restoran yaitu sebaiknya meningkatkan perhatian dan kepedulian untuk membantu menyelesaikan masalah konsumen karena kepuasan pelanggan menjadi hal yang utama yang dapat membuat konsumen kembali melakukan pembelian ulang.

15. Berdasarkan hasil uji kuesioner pada indikator kualitas layanan yaitu Indikator Restoran KFC Kelapa Gading mempunyai lahan parkir yang memadai bagi pelanggan” masih belum baik karena yang mengisi 2-3 sebanyak 43,3% dan itu berarti sebagian responden tidak setuju dengan pernyataan ini. Letak restoran yang dibangun diantara ruko-ruko membuat restoran tidak memiliki parkir yang cukup

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI IKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



luas sehingga seringkali pelanggan harus mencari parkir di area ruko lainnya yang dekat dengan restoran. Maka saran bagi restoran yaitu sebaiknya menyediakan lahan parkir yang lebih luas bagi pelanggan agar pelanggan yang datang tidak perlu kesusahan untuk mencari parkir.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

16. Berdasarkan hasil uji kuesioner pada indikator promosi yaitu Indikator “Restoran KFC Kelapa Gading memberikan potongan harga yang lebih baik dibandingkan pesaingnya” masih belum baik karena yang mengisi 2-3 sebesar 41,7% dan itu berarti sebagian responden tidak setuju dengan pernyataan ini. Pada kenyataannya seringkali restoran KFC memberikan promo-promo menarik tetapi hanya untuk beberapa wilayah dan cabang-cabang tertentu. Menurut responden, KFC Kelapa Gading kurang banyak memberikan promo. Saat ini promo yang diberikan KFC Kelapa Gading ialah “Big Box Value” dan “Hot and Cheesy Chicken”. Saran bagi restoran yaitu sebaiknya restoran memberikan promo menarik ke semua cabang restoran secara merata, hal ini dilakukan agar konsumen dapat menjangkau di restoran terdekat di masing-masing wilayah.

17. Berdasarkan hasil uji Kuesioner pada indikator promosi yaitu “Restoran KFC Kelapa Gading sering mengadakan event-event untuk menarik minat konsumen” masih belum baik karena yang mengisi nilai 2-3 sebesar 43,3% dan itu berarti sebagian responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Setelah peneliti melakukan pencarian informasi melalui berbagai sumber, maka diketahui bahwa McDonald’s pernah membuat event-event menarik seperti KFC Jagonya Musik, perlombaan makan ayam, dan lomba mewarnai back to school. Hal ini dinilai baik oleh responden karena dapat menarik perhatian kaum muda. Tetapi sayangnya event-

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

event seperti jarang diadakan dan event terakhir diadakan tanggal 8 januari 2017.

① Saran bagi restoran yaitu sebaiknya event-event menarik seperti ini harus di pertahankan dan diselenggarakan dengan rutin karena terbukti dengan respon konsumen yang sangat baik dan ramai pengunjung. Event-event seperti ini bisa digunakan untuk menarik pelanggan baru.

18. Berdasarkan hasil uji kuesioner pada indikator promosi yaitu “ Restoran KFC Kelapa Gading melakukan pemasangan iklan di tv dengan frekuensi yang tinggi (sering melakukan iklan)” masih belum baik karena yang mengisi nilai 2-3 sebesar 46,7% dan itu berarti sebagian responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Setelah peneliti melakukan pengamatan di media televisi. KFC terbukti sering membuat iklan dan yang terbaru ialah “ Menu Hot and Cheesy its back” dan “ Big Box Value”. Iklan-iklan tersebut lebih sering muncul di internet seperti youtube dan sponsor acara seperti Stand Up Comedy di Kompas tv dibandingkan iklan di media televisi. Saran bagi restoran yaitu sebaiknya juga aktif melakukan pemasangan iklan di tv agar bisa menjangkau masyarakat lingkup luas dengan cepat karena terbilang masyarakat indonesia yang sering menonton televisi.

19. Berdasarkan hasil uji normalitas pada 120 responden didapatkan hasil $0,861 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan data residual berkontribusi normal.

20. Berdasarkan hasil uji Multikolineritas pada 120 responden, di dapatkan hasil VIF dari setiap variabel independen yaitu untuk kualitas produk sebesar 1.225 , kualitas produk sebesar 1.470 , promosi sebesar 1.258 serta tolerance dari kualitas produk sebesar 0.797 , kualitas layanan sebesar 0.680 dan promosi sebesar 0.795 . Dari



hasil yang telah di dapatkan maka di simpulkan semua variabel independen memiliki $VIF < 10$ dan $tolerance > 0.10$ maka dikatakan variabel independen terbebas dari multikolinieritas.

21. Berdasarkan uji autokorelasi dengan metode Run-Test yang digunakan dalam penelitian ini, telah di dapatkan hasil $0,199 > 0,05$ maka disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

22. Berdasarkan uji heterokedastisitas telah di dapatkan hasil untuk variabel independen sebagai berikut yaitu kualitas produk sebesar 0.297, kualitas layanan sebesar 0.464, dan promosi sebesar 0.874. Semua variabel menunjukkan $Sig > 0,05$ maka kesimpulannya dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

23. Berdasarkan hasil uji deskriptif koefisien determinasi dari R square sebesar 0.546 dan hasil R adjustednya 0.535 yang berarti bahwa 53,5% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variasi variabel tersebut dan sisanya 46,5% dijelaskan oleh faktor faktor lain .

24. Berdasarkan Uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 46.569 dengan probabilitas $0.000 < 0.05$ jadi model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan atau dapat dikatakan bahwa kualitas produk,kualitas layanan,dan promosi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan.





25. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda didapat hasil regresi variabel kualitas produk 0.298 yaitu memiliki nilai positif, Sig untuk kualitas produk adalah 0.000

berarti terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pada kenyataannya di restoran cepat saji seperti KFC dan McDonald's, kualitas produk merupakan hal yang penting karena produk merupakan sesuatu yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen secara langsung, apabila produk yang dijual memiliki kualitas yang baik maka konsumen akan merasa puas. Dalam hal ini produk yang dijual oleh kedua restoran ini adalah makanan cepat saji (ayam goreng, burger, kentang goreng, dll). Pada dasarnya, konsumen ingin kembali datang ke restoran tersebut untuk membeli kembali produk dengan kualitas yang baik dan berhasil membuat konsumen puas.

26. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda didapat hasil regresi variabel kualitas layanan 0.341 yaitu memiliki nilai positif, Sig untuk kualitas layanan adalah 0.000

berarti terbukti bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada kenyataannya di restoran cepat saji selain kualitas produk yang baik, maka tidak kalah pentingnya yaitu kualitas layanan. Pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang berlangsung dalam interaksi dengan orang (konsumen) dan yang memberikan kepuasan pelanggan. Apabila pelayanan yang diberikan sudah baik seperti tempat yang bersih, karyawan yang sopan dan ramah, karyawan yang peduli terhadap kebutuhan dan keluhan konsumen, maka hal itu bisa membuat konsumen merasa nyaman untuk berlama-lama di restoran tersebut dan membuat konsumen puas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



27. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda didapat hasil regresi variabel promosi $R^2 = 0.165$ yaitu memiliki nilai positif, Sig untuk promosi adalah 0.006 berarti terbukti bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada kenyataannya di restoran cepat saji, ada hal yang tidak kalah penting selain kualitas produk dan layanan yang dapat membuat konsumen merasa tertarik dan puas dengan restoran tersebut yaitu promosi. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan membuat konsumen tahu bahwa perusahaan memiliki produk baru, promo atau informasi baru lainnya terkait dengan produk yang dijual. Contoh: berbagai promo yang ditawarkan restoran yang diberitahukan melalui banyak media (media sosial, koran, tv, dan media lainnya) dapat membuat konsumen merasa tertarik dan akhirnya datang untuk membeli produk yang ditawarkan. Promo-promo yang menarik dan menguntungkan bagi konsumen akan membuat konsumen merasa puas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI IKKG (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.