KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LOTTERIA DI KELAPA GADING JAKARTA UTARA

Hutomo Putra
Agus Salim, S.E., MBA., M.M.

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
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.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ABSTRAK

Industri makanan merupakan industri yang terus berkembang dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Kesibukan bekerja dan tuntutan hidup lainnya membuat berkurangnya waktu untuk memasak lauk dan sayur untuk makanan sehari-hari. Indonesia merupakan negara yang memiliki perkembangan industri kuliner yang pesat. Semakin berkembangnya selera masyarakat dan gaya hidup membuat para pelaku bisnis selalu berinovasi untuk mendapatkan lebih banyak profit, tetapi tidak hanya itu saja untuk memenangkan persaingan dengan perusahaan fast food lainnya, tetapi perusahaan juga dituntut untuk mengubah pandangannya menjadi lebih fokus pada konsumen.

Sistem pelayanan dan produk yang baik mendukung untuk konsumen datang kembali membeli makanan dan minuman dari restoran tersebut. Oleh karena itu kualitas dari pelayanan juga diutamakan oleh restoran dimana sistem pelayanan yang baik dapat berdampak ada kepuasan konsumen. Mengutamakan produk juga hal yang perlu tetapi pelayanan juga tidak terlupakan karena pelayanan yang baik dapat membantu konsumen untuk puas dengan restoran tersebut. Sehingga penilaian dalam kualitas layanan dan kualitas produk sangat diperlukan ditambah lagi dengan restoran dengan sistem pelayanannya berinteraksi langsung dengan konsumen.

Penelitian yang dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Objek penelitian ini adalah kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen Lotteria. Penelitian ini dilakukan di wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara dengan jumlah responden 150 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dengan metode judgement sampling, dimana penulis mengambil sampel berdasarkan pertimbangan yang sesuai dengan maksud penelitian. Alat analisis yang digunakan untuk menguji masing-masing variabel dan pengujian hipotesis melalui software IBM SPSS versi 21.

Untuk mendukung penelitian ini maka dilakukan beberapa pengujian untuk membuktikan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah frekuensi dan analisis regresi ganda.

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk mempengaruhi secara positif terhadap kepuasan konsumen pada Lotteria di Kelapa Gading Jakarta Utara.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The food industry is growing because food is a basic human needs. Busy work and other work to do made a reduction time to cook side dishes and vegetables for daily meals. Indonesia is a country that

has a rapid development of the culinary industry. The growingo public of taste and life style make the business always innovate to gain more profit, but not only was it to win the competition with other fast food company,but the company had to change his views became more focused on the consumer.

System service and good product support to customers come back to buy food and drinks from the restaurant. Therefore the quality of service is also preferred by the restaurant where good service system can affect customer satisfaction. Prioritize product also things you need but the service is not forgotten because of good service can help customers to be satisfied with the restaurant. So that evaluation in service quality very I needed to improved the restaurant service systems interact directly with consumers.

This study was conducted to examine how the effect of service quality and product quality toward customer satisfaction. Object of this study is service quality, product quality and consumer satisfaction of Lotteria. The study was conducted in Kelapa Gading, North Jakarta region with 150 people as respondents. The sampling technique in this study used is nonprobability sampling with judgment sampling method, which the author takes a sample under consideration in accordance with the purpose of research. The analytical tool used to test each variables and testing hypothesis is used by IBM SPSS software version 21.

To support this research, conducted some testing to prove that the service quality and product quality toward on customer satisfaction. tests performed in this study is the frequency and multiple regression analysis.

The results showed that service quality and product quality positively affect on consumer satisfaction of Lotteria at Kelapa Gading, North Jakarta.

Key words: Service Quality, Product Quality and Customer Satisfaction

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENDAHULUAN

Makanan sehat sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Sayangnya, karena tingginya tingkat stress yang dialami kaum pekerja saat ini, membuat sebagian orang lebih mencari kesenangan lewat makanan. Kuliner kini menjadi kegemaran banyak orang, tanpa mempedulikan kesehatan makanan itu sendiri. Sementara lebih mudah menemukan makanan lezat yang tidak sehat ketimbang yang sehat. (http://artikeltentangkesehatan.com)

Kesibukan berkerja dan tuntutan hidup lainnya membuat berkurangnya waktu untuk memasak lauk dan sayur untuk makanan sehari-hari. Hal inilah yang mendorong banyaknya orang yang beralih pada makanan instan atau makanan cepat saji. Makanan cepat saji dapat berupa makanan beku, makanan kalengan, dan makanan yang menggunakan bahan pengawet. Makanan siap saji sekarang sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat Indonesia, karena selain memiliki harganya terjangkau, makanan siap saji mudah diolah, cepat dan praktis, tahan lama, serta memiliki rasa yang lebih enak. (http://www.kantarworldpanel.com)

Makanan siap saji adalah istilah untuk makanan yang dapat disiapkan dengan segera dan memerlukan waktu dengan cepat.Biasanya istilah makanan siap saji merujuk kepada makanan yang dijual di sebuah restoran atau toko dengan persiapan yang berkualitas rendah dan biasanya disajikan dalam bentuk ala carte ataupun bentuk paket. Makanan siap saji biasanya tersedia dalam dua metode, yaitu dapat dibawa pulang (take away) atau makan di tempat (dine-in). (http://id.wikipedia.org)

Industri makanan merupakan industri yang terus berkembang dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Kesibukan bekerja dan tuntutan hidup lainnya membuat berkurangnya waktu untuk memasak lauk dan sayur untuk makanan sehari-hari. Hal inilah yang mendorong banyaknya orang yang kini beralih pada makanan instan atau makanan cepat saji. Makanan cepat saji kini telah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia. Gaya hidup ini juga didukung dengan kemunculan Korean Wave sehingga banyak masyarakat kini beralih pada makanan cepat saji bernuansa Korea. Hal inilah menjadi pendukung bagi pelaku bisnis untuk menerjuni bisnis makanan bernuansa Korea. Salah satu restoran yang menyediakan fast food Korea adalah Lotteria.

Lotteria merupakan salah satu grup lotte dimana bisnis ini bergerak dalam bidang makanan cepat saji. Di korea, lotteria sudah berdiri sejak tahun 1979 dan memiliki 1.100 cabang, rumah makan fast food korea ini sangat terkenal dengan bulgogi burger dimana tidak terlepas dari makanan khas dari negara gingseng ini. Lotteria masuk ke Indonesia pada 29 februari 2012, dimana Lotteria co.Ltd Korea resmi mengumumkan penandatanganan kerja sama dengan PT Mondial Risjad Fastana. Chief Executive Officer PT Lotteria Indonesia, Lee Hae Kwan, yang bertugas untuk mengatur lotteria sampai sekarang. Yang sebelumnya, telah dibuat kesepakatan dalam sebuah MOU di Lotteria co.Ltd, Seoul, Korea pada tanggal 2 Desember 2011. Kerja sama antara dua perusahaan antar negara ini melahirkan PT Lotteria Indonesia, yang akan menaungi bisnis restoran cepat saji Lotteria di Indonesia.

Lotteria mengunakan bahan–bahan organik dan rempah asal Indonesia, dengan menawarkan menu yang berbeda dari fast food lainnnya maka konsumen pun dapat tertarik untuk mau mencoba makan di Lotteria. Tidak hanya makanan saja yang membedakan lotteria dengan yang lain tetapi suasana yang diberikan lotteria. Suasana yang diberikan sesuai dengan untuk keluarga berkumpul, bertemu dengan teman, makan siang dengan rekan bisnis. Tidak hanya itu saja tetapi juga terdepat lagu – lagu korea dan video clip band – band korea yang di tayangkan di tv sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan suasana makan saja tetapi juga dapat menikamati hiburan yang di sediakan sehingga tidak jenuh saat menunggu. Hal ini juga yang membuat kalanagan anak muda menyukai datang kesini. (http://food.detik.com/)

Guna memenangkan persaingan dengan perusahaan fast food lainnya, Lotteria dituntut untuk mengubah pandangannya menjadi lebih

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
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.

fokus pada konsumen. Sistem pelayanan yang baik mendukung untuk konsumen datang kembali membeli lotteria. Maka lotteria pun menerapakan sistem cepat dan tanggap dalam melayani kemauan konsumen, lingkungan yang bersih dan nyaman bagi konsumen dan kualitas yang diberikan selalu yang diutamakan. Meskipun lotteria juga terkenal dengan seiringnya trend korea tetapi lotteria sendiri mengikuti trend yang ada di masyarakat sehingga tetap bisa bersaing dengan perusahaan fast food lainnya. Untuk itu, tidak cukup hanya mengenal konsumen dari luarnya saja tapi juga perlu lebih kepada klasifikasinya. Maka lebih lagi bila lotteria mengetahui dengan baik konsumennya, apa yang mereka inginkan dan apa saran dari mereka tetang pelayanan yang diberikan cukup baik atau kurang. Sehingga lotteria pun dapat terus mengembangkan pelayanannya agar sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan yang lebih baik, hal ini memberikan pengalaman bagi konsumen tentang pelayanan yang baik dan sebagai tolak ukur lotteria dalam mengukur kinerjanya. (http://executive.kontan.co.id/)

Kualitas dari pelayanan juga diutamakan oleh restoran dimana sistem pelayanan yang baik dapat berdampak pada kepuasan konsumen. Mengutamakan produk juga hal yang perlu tetapi pelayanan juga tidak terlupakan karena pelayanan yang baik dapat membantu konsumen untuk puas dengan restoran tersebut. Sehingga penilaian dalam kualitas layanan sangat diperlukan ditambah lagi dengan restoran dengan sistem pelayanannya berinteraksi langsung dengan konsumen. Seperti lotteria pelayanan yang diberikan oleh lotteria membuat konsumen pun memberi kesan yang baik dan produk – produk makanan fast food yang diberikan tetapi menjadi prioritas untuk disajikan kepada konsumen. Hal ini lah yang membuat konsumen merasa puas dengan datang makan di fast food lotteria, karena memberikan kesan yang baik dari segi pelayanan dan produk sehingga konsumen pun akan memberikan rekomendasi tentang pengalaman konsumen tersebut datang ke lotteria. Tetapi pengalaman mengenai pelayanan dan produknya tersebut harus tetap dipertahankan oleh lotteria agar tetap konsisten terhadap pelayanan dan produk yang diberikan dan dapat bersaing dengan perusahaan perusahaan fast food lainnya. Maka penulis mengambil judul "Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Lotteria di Kelapa Gading Jakarta Utara " sebagai topik untuk penelitian.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana Lotteria menghadapi para pesaingnya?
2. Bagaimana Lotteria menangapi makanan *fast food* sebagai makan *junk* food?
3. Apakah lotteria mampu menangani kemauan konsumen?
4. Apakah Lotteria menyediakan makanan dan minuman yang sesuai dengan selera masyarakat Indonesia?
5. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh Lotteria?
6. Bagaimana kualitas produk pada Lotteria?
7. Apakah kualitas layanan dan kualitas produk mempengaruhi *customer satisfaction* pada Lotteria?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapat gambaran tentang:

1. Kualitas layanan yang diberikan oleh Lotteria sudah baik..
2. Kualitas produk yang diberikan oleh Lotteria sudah baik.
3. Konsumen merasa puas terhadap Lotteria
4. Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk secara langsung terhadap kepuasan konsumen pada Lotteria.
5.

Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
   Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan dan memperluas wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya penerapan konsep yang berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
1. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
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 seluruh atau sebagian karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Bagi perusahaan
Dapat Penelitian ini bermanfaat sebagai masukan kepada perusahaan agar dapat meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen..
3. Bagi pembaca
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca mengenai kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen.

LANDASAN TEORI

1. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi kualitas adalah kadar, mutu, tingkat buruknya sesuatu (tentang barang dan sebagainya).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi jasa adalah tindakan yang baik dan berguna bagi orang, kelompok masyarakat, bangsa dan negara; pertolongan yang sangat berguna; perbuatan memberikan pelayanan atau servis kepada pelanggan; aktivitas, kemudahan, manfaat dan sebagainya yang dapat dijual kepada konsumen.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:36), definisi jasa atau layanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2012:224), definisi jasa ialah:"Service are a form of product that consists of activities, benefits, or satisfactions offered for sale that are essentially intangible and do not result in the ownership of anything", yang artinya layanan adalah bentuk produk yang terdiri dari kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

b. Penilaian Kualitas Layanan

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:52), ada lima penentu kualitas layanan, diantaranya:

(1) Keandalan (*reliability*)
Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
(2) Daya tanggap (responsiveness)
Kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
(3) Jaminan (assurance)
Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
(4) Empati (*empathy*)
Kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
(5) Hal-hal berwujud (*tangible*)
Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi kualitas adalah kadar, mutu, tingkat buruknya sesuatu (tentang barang dan sebagainya).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi produk adalah barang yang merupakan hasil dari proses pengusahaan (pabrik dan sebagainya); barang yang dibuat dan ditambah nilainya dalam proses produksi; benda yang bersifat kebendaan barang; hasil kerja.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:4), definisi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2012:224), definisi produk ialah:"Product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need. Product include more than just tangible objects, such as cars, computers, or cell phones. Broadly

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

defined, "products" also include services, events, persons, places, organizations, ideas, or a mixture of these", yang artinya produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, akusisi, penggunaan, atau konsumsi, yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan. Secara luas "produk" juga mencakup layanan, peristiwa, orang, tempat, organisasi, ide atau gabungan dari semuanya.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2012:230), definisi kualitas produk ialah: "Product quality: the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs", yang artinya kualitas produk: karakteristik produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

b. Diferensiasi Produk

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:8), terdapat 9 diferensiasi produk yang perlu diperhatikan oleh setiap produsen yang ingin mengejar kepuasan pelanggan, yaitu:

(1) Bentuk
Banyak produk dideferensiasikan berdasarkan bentuk (form), ukuran, bentuk atau struktur fisik produk. Contoh yaitu aspirin, walaupun aspirin pada hakikatnya merupakan komoditas, namun ia dapat dideferensiasikan berdasarkan ukuran, dosis, bentuk, warna, lapisan luar, dan waktu kerjanya.

(2) Fitur *(feature)*
Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan memvariasikan fitur (*feature*) yang melengkapi fungsi dasar mereka. Perusahaan dapat mengidentifikasi dan memilih fitur baru yang tepat dengan mensurvei pembeli terbaru dan kemudian menghitung perbandingan nilai pelanggan dengan biaya perusahaan untuk setiap fitur potensial. Perusahaan juga harus mempertimbangkan berapa banyak orang yang menginginkan setiap fitur, berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk memperkenalkannya, dan apakah pesaing dapat dengan mudah menirunya.

(3) Penyesuaian
Pemasar dapat mendeferensiasikan produk dengan menyesuaikan produk tersebut dengan keinginan perorangan. Ketika perusahaan semakin pandai mengumpulkan informasi tentang pelanggan perorangan dan mitra bisnis ketika pabrik mereka dirancang lebih fleksibel mereka telah meningkatkan kemampuan mereka untuk mengindividualisasikan penawaran pasar, pesan dan media.

(4) Kualitas kinerja (*performance quality*)
Kualitas kinerja (*performance quality*) adalah tingkat di mana karakteristik utama produk beroperasi. Kualitas menjadi dimensi yang semakin penting untuk diferensiasi ketika perusahaan menerapkan sebuah model nilai dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan uang yang lebih rendah.

(5) Kualitas kesesuaian *(conformance quality)*
Pembeli mengharapkan produk mempunyai kualitas kesesuaian (*conformance quality*) yang tinggi, yaitu tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan. Salah satu dari aspek *conformance* adalah konsistensi.

(6) Daya tahan *(durability)*
Daya tahan (durability), ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu. Pembeli biasanya akan membayar lebih untuk kendaraan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

dan peralatan dapur yang mempunyai reputasi mengagumkan karena tahan lama. Meskipun demikian, peraturan ini mempunyai beberapa kualifikasi. Harga ekstra tidak boleh berlebihan. Selanjutnya, produk tidak boleh terpapar ketertinggalan teknologi yang cepat, seperti pada komputer pribadi dan kamera video.

(7) Keandalan (*reliability*)
Pembeli biasanya akan membayar lebih untuk produk yang lebih dapat diandalkan. Keandalan (*reliability*) adalah ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan mengalami malfungsi atau gagal dalam periode waktu tertentu.

(8) Kemudahan perbaikan (*repairability*)
Kemudahan diperbaiki adalah ukuran kemudahan untuk memperbaiki produk ketika produk itu tidak berfungsi atau gagal. Kemudahan perbaikan yang ideal terjadi jika pemakai dapat memperbaiki sendiri produk tersebut dengan biaya yang rendah atau waktu yang sedikit. Beberapa produk menyertakan fitur diagnostik yang memungkinkan petugas bagian pelayanan untuk memperbaiki masalah tertentu melalui telepon atau memberi saran kepada pengguna mengenai cara memperbaikinya. Banyak perusahaan perangkat keras dan perangkat lunak komputer menawarkan dukungan teknis bagi para pelanggan mereka melalui telepon, fax, atau e-mail.

(9) Gaya (*style*)
Menggambarkan penampilan dan rasa produk kepada pembeli. Gaya (*style*) adalah kelebihan dalam menciptakan perbedaan yang sulit ditiru. Pada sisi negatifnya, gaya yang kuat tidak selalu berkinerja tinggi. Contoh seperti sebuah mobil yang mungkin tampak sensasional tetapi menghabiskan banyak waktu di bengkel.

3. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2012:150), definisi kepuasan konsumen adalah:"satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product's perceived performance (or outcome) to expectations. If the performance falls short of expectations, the customer is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds expectations, the customer is highly satisfied or delighted." yang artinya kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan kinerja yang harapan. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang.

b. Mengamati Kepuasan Konsumen

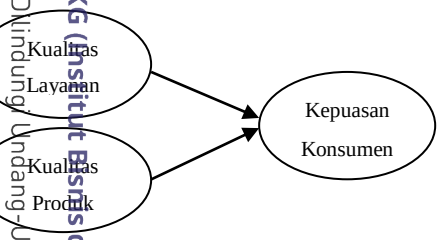
Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:140) mengatakan bahwa banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka memperlakukan pelanggan mereka, mengenali faktor-faktor yang membentuk kepuasan dan melakukan perubahan dalam operasi dan pemasaran mereka sebagai akibatnya. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas biasanya:

(1) Tetap setia untuk waktu yang lebih lama,
(2) Membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama,
(3) Membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain,

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(4) Tidak terlalu memperhatikan merek pesaing,
(5) Tidak terlalu sensitif terhadap harga,
(6) Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan, dan
(7) Biaya pelayanannya lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal rutin.

KERANGKA PEMIKIRAN



HIPOTESIS

H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

H2 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Obyek penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah kualitas layanan dan kualitas produk dan kepuasan konsumen Lotteria. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuisioner dengan subyek penelitian adalah pelanggan yang pernah membeli dan mengonsumsi Lotteria di Kelapa Gading Jakarta Utara.

B. Desain Penelitian

Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2006:158), desain riset dikelompokkan dengan memakai delapan kategori. Berikut adalah desain riset yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan delapan kategori :

1. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan dan mencakup prosedur- prosedur yang cermat dan rincian mengenai sumber data yang tepat.
2. Metode Pengumpulan Data

   Berdasarkan klasifikasi metode pengumpulan data, penelitian ini mengunakan metode komunikasi dengan pendekatan survei. Pada pendekatan survei sendiri, peneliti dapat memperoleh data yang dikategorikan sebagai data faktual.
3. Pengontrolan Variabel oleh Periset

   Penelitian ini menggunakan desain laporan sesudah fakta. Pada desain laporan sesudah fakta tersebut, para peneliti tidak mempunyai kendali terhadap variabel-variabel dalam artian tidak mampu untuk memanipulasinya. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau tidak terjadi.
4. Tujuan Penelitian

   Pada awalnya penelitian ini menggunakan studi deskriptif dimana penelitian ini berkaitan dengan mencari tahu tentang apa, siapa, dimana, bilamana, atau berapa banyak yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana penelitian konsumen terhadap produk Lotteria di Kelapa Gading Jakarta Utara. Penelitian ini lalu dilanjutkan ke tahap studi kausal dimana berusaha untuk menjelaskan hubungan-hubungan antara variabel yaitu bagaimana pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Lotteria di Kelapa Gading Jakarta Utara.
5. Dimensi Waktu

   Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini termasuk dalam studi lintas bagian (cross-sectional study). Cross-sectional study berusaha mempelajari dinamika hubungan-hubungan atau korelasi antara faktor-faktor risiko dengan dampak atau efeknya. Studi ini dilaksanakan satu kali dan mencerminkan potret dari suatu keadaan pada saat tertentu pada saat pembagian kuesioner pada para responden Lotteria di Kelapa Gading Jakarta Utara.
6. Cakupan Topik

   Penelitian ini termasuk dalam studi statistic, dimana lebih mementingkan keluasan studi dan bukan kedalaman dari studi. Studi ini berusaha untuk

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

mengetahui ciri-ciri populasi melalui penarikan kesimpulan secara inferensi berdasarkan ciri-ciri sampel,sehingga pengujian hipotesisnya akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Riset

Desain juga akan menjadi berbeda karena bergantung pada kondisi lingkungannya, apakah muncul dalam kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan) atau dibawah kondisi yang dimanipulasi (kondisi laboratorium). Berdasarkan lingkungan riset, studi penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkuangan aktual atau kondisi lapangan..

8. Persepsi Peserta

Dalam penelitian ini, persepsi peserta yang diusahakan adalah peserta tidak merasa adanya penyimpangan dari rutinitas sehari-hari sampai peserta merasakan adanya penyimpangan tetapi tidak terkait dengan periset.

C. Variabel Penelitian

Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen. Indikator dan item pertanyaan setiap variabel dijabarkan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas layanan	1.Kehandalan (*reliability*)	a. Karyawan Lotteria selalu akurat dalam mencatat pesanan konsumen. b. Karyawan Lotteria selalu tepat dalam memberikan menu yang sesuai dengan pesanan konsumen. c. Karyawan Lotteria selalu baik walaupun dalam kondisi yang sedang ramai.
	2.Daya tanggap (*responsiveness*)	a. Karyawan Lotteria selalu tanggap terhadap berbagai keluhan dari konsumen. b. Karyawan Lotteria selalu tanggap dalam membantu konsumen Lotteria. c. Karyawan Lotteria selalu tepat menyajikan makanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan kepada konsumen.
	3.Jaminan *(assurance)*	a. Karyawan Lotteria selalu meyakinkan kembali makanan dan minuman yang dipesan. b. Karyawan Lotteria memiliki pengetahuan yang baik tentang menu yang ditawarkan. c. Karyawan Lotteria memiliki perilaku yang sopan dan ramah kepada konsumen.
	4.Empati (*empathy)*	a. Karyawan Lotteria selalu memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen. b. Karyawan Lotteria selalu menawarkan bantuan kepada konsumen setelah konsumen melakukan pembelian. c. Karyawan Lotteria memberikan sapaan kepada konsumen sebelum dan sesudah anda memesan produk .
	5.Benda berwujud (*tangible)*	a. Lotteria selalu mengutamakan kebersihan pada tempat restoran maupun peralatan makanannya. b. Lotteria memiliki fasilitas lapangan parkir yang memadai.

2. Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas produk	1. Bentuk	a. Lotteria menyediakan porsi makanan dan minuman yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. b. Lotteria menyediakan menu set yang bervariasi.
	2. Fitur (*features*)	a. Lotteria menggunakan bahan bumbu yang berbeda sehingga menjadi daya tarik lebih bagi konsumen. b. Pilihan makanan burger dan ayam goreng Lotteria memiliki variasi yang berbeda.
	3. Kualitas kinerja (*performance quality*)	a. Lotteria memiliki kualitas makanan dan minuman yang baik.
	4. Kualitas kesesuaian	a. Lotteria makanan dan minuman yang sesuai dengan tampilan menu. b. Rasa makanan dan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
©Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

		(*conformance quality*)	minuman Lotteria tidak berubah dari waktu ke waktu.
		5. Daya tahan (*durability*)	a. Kondisi makanan dan minuman Lotteria pada saat dipesan baik. b. Makanan dan minuman Lotteria yang dipesan untuk dibawa pulang masih *fresh*
		6. Keandalan (*reliability*)	a. Makanan dan minuman Lotteria memiliki tampilan yang menarik sehingga konsumen berminat untuk membelinya. b. Makanan dan minuman Lotteria memiliki rasa yang sesuai dengan selera konsumen.
		7. Gaya (*style*)	a. Makanan dan minuman Lotteria memiliki cita rasa ala korea. b. Lotteria memiliki ciri khas dalam menyajikan beberapa menu andalannya..

3. Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator
Kepuasan konsumen	1. Merekomendasikan	Konsumen memberikan rekomendasi yang positif kepada orang lain mengenai Lotteria
	2. Membeli kembali	Konsumen selalu berkeinginan untuk membeli dan mengkonsumsi berbagai varian produk Lotteria.
	3. Tidak terlalu mementingkan merek pesaing	Konsumen merasa Lotteria merupakan tempat yang tepat untuk mengkonsumsi makanan dan minuman fast food ala korea.
	4. Tidak sensitif terhadap harga	Konsumen merasa bahwa harga makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Lotteria sesuai dengan yang konsumen harapkan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang didapat langsung dari sumber pertama (subyek penelitian) melalui komunikasi dengan menggunakan kuisioner yang disebarkan kepada responden yang pernah membeli atau mengonsumsi Lotteria. Teknik komunikasi digunakan dalam mengumpulkan data primer, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden. Kuesioner yang diperoleh diolah dengan IBM SPSS Statistics 21. Skala yang digunakan adalah Likert. Menurut Sugiyono (2012:132), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling atau yang disebut juga penarikan sampel secara tidak acak. Menurut Sugiyono (2012: 120) metode non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis teknik non-probability sampling yang digunakan adalah teknik judgement sampling. Dimana melakukan pengambilan sampel sesuai dengan batasan-batasan sampel yang seperti apa yang akan diambil.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

   Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner maupun untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai dengan nilai untuk degree of freedom (df) = n-k, dalam hal ini n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel independen. Jika lebih besar dari dan bernilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. (Ghozali, 2013:52).

   Bila : > berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid.

   < berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. **Uji Reliabilitas**

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Reliabilitas menurut Imam Ghozali (2013:47) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

a. Repeated Measure atau pengukuran ulang : Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
b. One Shot atau pengukuran sekali saja : Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untung mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha.

Menurut Nunnally dalam Imam Ghozali (2011:48), suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha> 0,70. Jika r hitung> r tabel maka reliabel, sebaliknya jika r hitung< r tabel maka pertanyaan tersebut tidak reliabel.

3. Tabulasi Tunggal / Persentase

Tabulasi tunggal ini digunakan untuk mengukur jawaban kuesioner berdasarkan pertanyaan mengenai jenis kelamin responden, usia responden, pendidikan responden, pekerjaan responden, dan pengeluaran responden per bulan. Seluruh data kuesioner yang berasal dari profil responden ditabulasikan dari keseluruhan responden dengan menggunakan alat analisis sebagai berikut:

$$Pj = \frac{Xj}{N} X 100\,\%$$

Keterangan:
Pj = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu.
Xj = Banyak responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu.
N = Jumlah total responden.

4. Skor Rata-Rata

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

$$X = \frac{\sum fi.xi}{fi}$$

Keterangan:
X = Rata-rata skor
fi = Frekuensi pengamatan
xi = Skor 1 – 2 – 3 – 4 - 5

5. Rentang Skala Penelitian / Skala Likert

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiono, 2012: 86)

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain :

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu – ragu/Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Rentang skala yang digunakan adalah :

$$Rs = \frac{m-1}{m}$$

Keterangan:
Rs = Rentang skala penelitian
m = Banyaknya kategori

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
©Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

STS	TS	N	S	SS

1,00 1,80 2,60 3,40 4,20 5,00

6. Analisis Regresi

Menurut Imam Ghozali (2013:95), analisis regresi merupakan koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan. Dalam penelitian ini, analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi berganda, karena memiliki dua variabel bebas atau independen yaitu kualitas layanan dan kulitas produk. Teknik analisis regresi berganda dapat dihitung dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = variabel dependen yang diprediksikan

b_0 = konstanta (nilai $\hat{y}$ apabila X_1, X_2 ... X_n = 0)

b_1, b_2 = koefisien regresi yang terkait dengan setiap variabel

X_1, X_2 = variabel independen

a. Koefisien determinasi

Menurut Imam Ghozali (2013:97), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menerangkan variasi variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

b. Uji signifikansi simultan (uji statistik F)

Menurut Imam Ghozali (2013:98), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Hipotesis nol (Ho) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol

c. Uji signifikan parameter individual (uji statistik t)

Menurut Imam Ghozali (2013:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

7. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Menurut Imam Ghozali (2013:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model. Untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal, maka perlu dilakukan uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dilakukan dengan membuat hipotesis:

Ho : Data residual berdistribusi normal.

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal.

Jika signifikansi > 5% maka tidak tolak Ho, yang berarti data berdistribusi normal.

b. Uji multikolonieritas

Menurut Imam Ghozali (2013:105), uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mengetahui apakah terjadi multikolonieritas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai Tolerance ≥ 0,10 dan VIF ≤ 10, maka tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2013:139), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari uji Glejser yaitu dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel-variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas..

c. Uji autokorelasi

Menurut Menurut Imam Ghozali (2013:110), uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan penganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat diketahui melalui uji Durbin-Watson.

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dilakukan dengan mempertimbangkan nilai d pada hasil uji dan nilai du serta dl dari tabel Durbin-Watson, dengan hipotesis uji sebagai berikut:

Ho : tidak ada autokorelasi (r = 0)

Ha : ada autokorelasi (r ≠ 0)

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	0 < d < dl
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	dl ≤ d ≤ du
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	4 - dl < d < 4
Tidak ada autokorelasi negatif	No decision	4 - du ≤ d ≤ 4 - dl
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak tolak	du <d < 4 - du

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengantar

Pada bab ini menyajikan seluruh proses analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Peneliti juga akan menguraikan berbagai deskripsi data yang diperoleh, khususnya berbagai statistik deskriptif serta penjelasan dan interpretasinya.

B. Proses *Data Screening*

Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan prakuesioner kepada 30 orang responden yang pernah membeli dan mengkonsumsi Lotteria Kelapa Gading Jakarta Utara. Berdasarkan data yang dikumpulkan, analisis data adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau harus diganti karena dianggap tidak relevan. Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan prakuesioner kepada 30 responden untuk melakukan uji validitas ini. Suatu item pertanyaan dikatakan valid jika r hitung berada diatas r tabel, dimana r tabel dapat dicari pada signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) = 30 yaitu sebesar 0,361. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas:

Hasil Pengujian Validitas Kualitas Layanan

Dimensi	Pertanyaan	r_{hitung}	Keterangan
Keandalan *(Reliability)*	Karyawan Lotteria selalu akurat dalam mencatat pesanan anda.	0,488	Valid
	Karyawan Lotteria selalu tepat dalam memberikan menu yang sesuai dengan pesanan anda.	0,642	Valid
	Karyawan Lotteria selalu baik walaupun dalam kondisi yang sedang ramai.	0,671	Valid
Daya Tanggap *(Responsiveness)*	Karyawan Lotteria selalu tanggap terhadap berbagai keluhan dari anda.	0,723	Valid
	Karyawan Lotteria selalu tanggap dalam membantu anda.	0,594	Valid
	Karyawan Lotteria selalu tepat menyajikan makanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan kepada anda.	0,683	Valid
Jaminan *(Assurance)*	Karyawan Lotteria selalu meyakinkan kembali makanan dan minuman yang dipesan.	0,673	Valid
	Karyawan Lotteria memiliki pengetahuan yang baik tentang menu yang ditawarkan.	0,731	Valid
	Karyawan Lotteria memiliki perilaku yang sopan dan ramah	0,825	Valid
Empati *(Empathy)*	Karyawan Lotteria selalu memenuhi apa yang dibutuhkan oleh anda.	0,821	Valid
	Karyawan Lotteria selalu menawarkan bantuan kepada anda setelah anda melakukan pembelian.	0,595	Valid
	Karyawan Lotteria memberikan sapaan kepada anda sebelum dan sesudah anda memesan produk .	0,631	Valid
Hal-Hal Berwujud *(Tangible)*	Lotteria selalu mengutamakan kebersihan pada tempat restoran maupun peralatan makanannya	0,262	Tidak Valid
	Lotteria memiliki fasilitas lapangan parkir yang memadai.	0,485	Valid

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk

Dimensi	Pertanyaan	r_{hitung}	Keterangan
Bentuk	Lotteria menyediakan porsi makanan dan minuman yang sesuai dengan kebutuhan anda.	0,796	Valid
	Lotteria menyediakan menu set yang bervariasi.	0,677	Valid
Fitur *(Feature)*	Lotteria menggunakan bahan bumbu yang berbeda sehingga menjadi daya tarik lebih bagi anda.	0,628	Valid
	Pilihan makanan burger dan ayam goreng Lotteria memiliki variasi yang berbeda.	0,811	Valid
Kualitas Kinerja *(Performance Quality)*	Lotteria memiliki kualitas makanan dan minuman yang baik.	0,776	Valid
Kualitas Kesesuaian *(Conformance Quality)*	Makanan dan minuman Lotteria yang sesuai dengan tampilan menu.	0,688	Valid
	Rasa makanan dan minuman Lotteria tidak berubah dari waktu ke waktu.	0,639	Valid
Daya Tahan *(Durability)*	Kondisi makanan dan minuman Lotteria pada saat dipesan baik.	0,686	Valid
Daya Tahan *(Durability)*	Kondisi makanan dan minuman Lotteria pada saat dipesan baik.	0,686	Valid
	Makanan dan minuman Lotteria yang dipesan untuk dibawa pulang masih *fresh*	0,624	Valid
Keandalan *(Reliability)*	Makanan dan minuman Lotteria memiliki tampilan yang menarik sehingga anda berminat untuk membelinya.	0,668	Valid
	Makanan dan minuman Lotteria memiliki rasa yang sesuai dengan selera anda	0,542	Valid
Gaya *(Style)*	Makanan dan minuman Lotteria memiliki cita rasa ala korea.	0,575	Valid
	Lotteria memiliki ciri khas dalam menyajikan beberapa menu andalannya.	0,442	Valid

Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Konsumen

Dimensi	Pertanyaan	r_{hitung}	Keterangan
Merekomendasikan	Anda membenkan rekomendasi yang positif kepada orang lain mengenai Lotteria	0,660	Valid
Membeli kembali	Anda selalu berkeinginan untuk membeli dan mengkonsumsi berbagai varian produk Lotteria.	0,797	Valid
Tidak terlalu mementingkan merek pesaing	Anda merasa Lotteria merupakan tempat yang tepat untuk mengkonsumsi makanan dan minuman fast food ala korea.	0,774	Valid
Tidak sensitif terhadap harga	Anda merasa bahwa harga makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Lotteria sesuai dengan yang anda harapkan.	0,870	Valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini adalah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Dengan kata lain, kuesioner harus konsisten. Suatu pertanyaan dikatakan reliable apabila r hitungannya lebih besar dari 0,7. Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan pra kuesioner kepada 30 responden untuk melakukan uji reliabilitas ini. Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan pra kuesioner kepada 30 responden untuk melakukan uji reliabilitas ini. Setelah itu, penulis menyebarkan kuesioner kepada 150 responden yang merupakan konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi Lotteria Kelapa Gading Jakarta Utara. Data kuesioner yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis. Berikut ini adalah hasil dari uji reliabilitasnya:

Hasil Pengujian Reliabilitas Kualitas Layanan

r Hitung	Kesimpulan
0,893	*Reliable*

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diatas, maka pertanyaan tersebut dinyatakan *reliable* karena hasilnya > 0,7.

Hasil Pengujian Reliabilitas Kualitas Produk

r Hitung	Kesimpulan
0,891	*Reliable*

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diatas, maka pertanyaan tersebut dinyatakan *reliable* karena hasilnya > 0,7.

Hasil Pengujian Reliabilitas Kepuasan Konsumen

r Hitung	Kesimpulan
0,784	*Reliable*

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diatas, maka pertanyaan tersebut dinyatakan *reliable* karena hasilnya > 0,7.

C. Analisis Karakteristik Responden dan Deskripsi Data

1. Profil Responden

a. Jenis Kelamin

Analisis Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Laki – laki	70	46,7
2.	Perempuan	80	53,3
	Total	150	100

Berdasarkan analisis diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan.

b. Usia

Analisis Profil Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	15-20 tahun	35	23,3
2.	21-30 tahun	76	50,7
3.	31–40 tahun	25	16,7
4.	41–50 tahun	14	9,3
5.	>51 tahun	0	0
	Total	150	100

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berdasarkan analisis diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki rentang usia antara 21 – 30 tahun.

c. Pendidikan Terakhir

Analisis Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	SMP / Sederajat	9	6
2.	SMA / Sederajat	76	50.7
3.	Diploma Akademi	12	8
4.	S1, S2, S3	53	35.3
	Total	150	100

Berdasarkan analisis diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir pada SMA / Sederajat.

d. Pekerjaan

Analisis Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Pelajar	11	7.3
2.	Mahasiswa/i	82	54.7
3.	Karyawan	34	22.7
4.	Lain-lain	23	15,3
	Total	150	100

Berdasarkan analisis diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa/i.

e. Pengeluaran Perbulan

Analisis Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

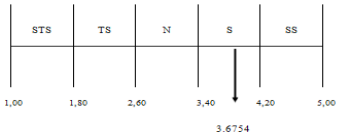
No.	Pengeluaran Per Bulan	Frekuensi	Presentase (
1.	<Rp 500.000,00	35	23.3
2.	Rp 500.000,00–Rp 1.000.000,00	40	26,7
3.	Rp 1.000.001,00–Rp 1.500.000,00	22	14,7
4.	>Rp 1.500.000,00	53	35.3
	Total	150	100

Berdasarkan analisis diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pengeluaran perbulan sebesar > Rp 1.500.000,00.

2. Skor Rata-Rata Kualitas Layanan

Pernyataan	Kriteria Pertanyaan					Mean
	SS	S	N	TS	STS	
	5	4	3	2	1	
Karyawan Lotteria selalu akurat dalam mencatat pesanan anda.	3	68	72	7	0	3.4467
Karyawan Lotteria selalu tepat dalam memberikan menu yang sesuai dengan pesanan anda.	16	86	47	1	0	3.78
Karyawan Lotteria selalu baik dalam maupun dalam kondisi yang sedang ramai.	21	80	47	1	1	3.7933
Karyawan Lotteria selalu tanggap terhadap berbagai keluhan dari anda.	14	69	62	6	0	3.5933
Karyawan Lotteria selalu tanggap dalam membantu anda.	21	63	59	7	0	3.64
Karyawan Lotteria selalu tepat menyajikan makanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan kepada anda.	22	88	33	3	0	3.7133
Karyawan Lotteria selalu menyajikan kentang makanan dan minuman yang dipesan.	18	69	58	5	0	3.6667
Karyawan Lotteria memiliki pengetahuan yang baik tentang menu yang ditawarkan.	18	68	61	2	1	3.6667
Karyawan Lotteria memiliki perilaku yang sopan dan ramah kepada anda.	11	59	75	5	0	3.5067
Karyawan Lotteria selalu memenuhi apa yang dibutuhkan oleh anda.	12	63	70	5	0	3.5467
Karyawan Lotteria selalu memperhatikan kepada anda setelah anda melakukan pembelian.	22	76	49	3	0	3.78
Karyawan Lotteria memberikan sapaan kepada anda sebelum dan sesudah anda memesan produk.	19	86	42	3	0	3.8067
Lotteria memiliki fasilitas lapangan parkir yang memadai.	28	71	50	1	0	3.84
	Rata - rata					3.6754

Hasil rata-rata dapat dikonversikan dalam bentuk rentang skala sebagai berikut:

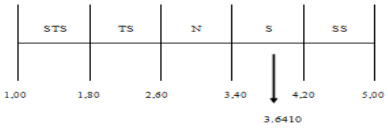


Berdasarkan rentang skala di atas, dapat diketahui bahwa Kualitas Layanan adalah sebesar 3.6754 yang artinya setuju. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan Kualitas Layanan yang diberikan Lotteria.

3. Skor Rata-Rata Kualitas Produk

Pernyataan	Kriteria Pernyaan					Mean
	SS	S	N	TS	STS	
	5	4	3	2	1	
Lotteria menyediakan jenis makanan dan minuman yang sesuai dengan kebutuhan anda	14	80	47	8	1	3.6533
Lotteria menyediakan menu set yang bervariasi.	18	89	37	6	0	3.7933
Lotteria menggunakan bahan bumbu yang berbeda sehingga menjadi daya tarik lebih bagi anda.	23	64	54	6	3	3.6533
Pilihan makanan burger dan ayam goreng Lotteria memiliki variasi yang berbeda.	27	82	37	1	3	3.7267
Lotteria memiliki kualitas makanan dan minuman yang baik.	25	66	55	4	0	3.7467
Makanan dan minuman Lotteria yang sesuai dengan tampilan menu.	18	89	40	13	0	3.5467
Kata makanan dan minuman Lotteria tidak berubah dari waktu ke waktu.	15	54	70	8	3	3.4667
Kualitas makanan dan minuman Lotteria pada saat dipesan baik.	16	82	64	66	2	3.56
Makanan dan minuman Lotteria yang dipesan untuk dibawa pulang masih fresh	13	59	82	16	1	3.4333
Makanan dan minuman Lotteria memiliki tampilan yang menarik sehingga anda berminat untuk membelinya.	29	73	37	7	4	3.7733
Makanan dan minuman Lotteria memiliki rasa yang sesuai dengan selera anda	28	80	34	8	0	3.72
Makanan dan minuman Lotteria memiliki cita rasa ala korea.	16	72	49	11	2	3.5933
Lotteria memiliki cita rasa dalam menyediakan beberapa menu andalannya.	21	84	39	6	0	3.6867
	Rata - Rata					3.6410

Hasil rata-rata dapat dikonversikan dalam bentuk rentang skala sebagai berikut:



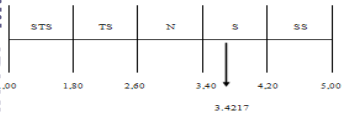
Berdasarkan rentang skala di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden adalah sebesar 3.6410 yang artinya setuju. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan Kualitas Produk dari Lotteria.

4. Skor Rata-Rata Kepuasan Konsumen

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Penyataan	Kriteria Pertanyaan					Mean
	SS	S	N	TS	STS	
	5	4	3	2	1	
Anda memberikan rekomendasi yang positif kepada orang lain mengenai Lotteria	10	57	72	9	2	3.4267
Anda ada kecenderungan untuk membeli dan mengkonsumsi produk varian produk Lotteria.	12	59	61	15	3	3.4133
Anda merasa Lotteria menyediakan tempat yang tepat untuk mengkonsumsi makanan dan minuman fast food ala kopi.	11	61	63	12	3	3.4333
Anda merasa bahwa harga makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Lotteria sesuai dengan yang anda harapkan.	11	61	58	19	1	3.4133
Rata - Rata						3.4217

Hasil rata-rata dapat dikonversikan dalam bentuk rentang skala sebagai berikut:



Berdasarkan rentang skala di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden adalah sebesar 3.4217 yang artinya setuju. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa mereka puas terhadap Lotteria.

5. Analisis Regresi

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	233.114	2	116.557	19.174	.000[b]
	Residual	893.580	147	6.079		
	Total	1126.693	149			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Layanan

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

Berdasarkan di atas, dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 19,174 dengan probabilitas sebesar 0,000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen atau dapat dikatakan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen..

b. Uji Signifikansi Parameter (Uji Statistik t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.119	1.711		1.823	.070
	Kualitas Layanan	.134	.039	.294	3.451	.001
	Kualitas Produk	.085	.032	.228	2.680	.008

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Berdasarkan pada tabel 4.16, juga dapat disimpulkan bahwa:

(1) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (H1)Besar koefisien regresi variabel kualitas layanan yaitu sebesar 0,294 dengan nilai t sebesar 3,451 dan memiliki signifikansi sebesar 0,0005 < α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan konsumen.

(2) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (H2) Besar koefisien regresi variabel kualitas produk yaitu sebesar 0,228 dengan nilai t sebesar 2,680 dan memiliki signifikansi sebesar 0,004 < α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.16, maka didapatkan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

Y=3.119+0,134 X_1+0,085 X_2

Dimana:

Y = kepuasan konsumen
X1 = kualitas layanan
X2 = kualitas produk

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.455[a]	.207	.196	2.466

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

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa adjusted r square pada penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,196 atau 19,6 %. Hal ini berarti bahwa 19,6 % variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan kualitas produk, sedangkan sisanya yaitu sebesar 80,4 % dijelaskan oleh faktor-

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

faktor penyebab lainnya diluar dari model.

6. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
		150
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.44891368
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.052
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.745
Asymp. Sig. (2-tailed)		.636

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

Berdasarkan pada tabel di atas, hasil uji normalitas menunjukkan nilai pada kolom asymp.sig.(2-tailed) yaitu sebesar 0,185 atau lebih besar dari 0,05 (0,636 > 0,05), sehingga dapat disimpulkan data residual pada penelitian ini berdistribusi normal atau tidak tolak Ho.

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	3.119	1.711		1.823	.070		
	Kualitas Layanan	.134	.039	.294	3.451	.001	.743	1.347
	Kualitas Produk	.085	.032	.228	2.680	.008	.743	1.347

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada tabel di atas, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Tolerance untuk kualitas layanan yaiu 0,743 dan kualitas produk yaitu 0,743 yang berarti kedua variabel memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF untuk kualitas layanan yaitu 1,347 dan kualitas produk yaitu 1,347 yang berarti kedua variabel memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi yang digunakan atau tidak terjadi korelasi di antara variabel independen..

c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.504	1.063		1.415	.159
	Kualitas Layanan	.000	.024	.001	.011	.991
	Kualitas Produk	.008	.020	.040	.422	.674

a. Dependent Variable: AbsUt

Berdasarkan pada tabel di atas, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikansi untuk kualitas layanan sebesar 0,991 dan kualitas produk sebesar 0,674. Kedua variabel memiliki nilai probabilitas signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5 %, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.455[a]	.207	.196	2.466	1.800

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Layanan
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada tabel di atas, hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson (d) yaitu sebesar 1,800. Dengan menggunakan derajat kepercayaan sebesar 5 %, jumlah data 150 responden, dan jumlah independen (k) sebanyak 2, maka dari tabel Durbin Watson akan diperoleh dl sebesar 1,706 dan du sebesar 1,760. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari autokorelasi atau keputusannya tidak tolak Ho karena berada pada posisi du < d < 4 – du (1,760 < 1,800< 2,24)..

D. Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis diatas, maka hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan jenis kelamin responden, terdapat perbedaan antara responden laki-laki dan perempuan. Hal ini terlihat dari jumlah reponden laki-laki sebanyak 70 responden , sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 80 responden. Diamana lebih cendrung mayoritas kepada perempuan.
2. Berdasarkan usia responden mayotiras lebih cendrung kepada usia 21-30 tahun,hal ini dapat terlihat dari 150 responden terdapat 35 responden berusia 15-20 tahun , 70 responden berusia 21-30 tahun, 25 responden berusia 31-40 tahun dan 20 responden berusia 41-50 tahun.
3. Berdasarkan pada pendidikan terakhir mayoritas responden yang diambil lebih banyak SMA sebagai pendidikan terakhir mereka, hal

dapat diketahui dari 150 responden dengan pendidikan terakhir SMA / Sederajat memiliki jumlah paling besar yaitu 76 responden, pendidikan terakhir S1, S2, S3 memiliki jumlah responden sebanyak 53 responden, pendidikan terakhir diploma akademi memiliki jumlah responden sebanyak 12 responden dan pendidikan terakhir SMP / Sederajat memiliki responden sebanyak 9 responden.

4. Berdasarkan pada pekerjaan responden lebih mayoritas kepada mahasiswa,hal ini dapat diketahui bahwa responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa/i memiliki jumlah paling besar yaitu 82 responden, pekerjaan sebagai karyawan memiliki jumlah responden sebanyak 34 responden, pekerjaan lain-lain memiliki responden sebanyak 23 responden dan pekerjaan sebagai pelajar memiliki jumlah responden sebanyak 11 responden.
5. Berdasarkan pada pengeluaran responden lebih mayoritas pada > Rp. 1.500.000, hal ini dapat diketahui bahwa responden dengan pengeluaran per bulan sebesar > Rp 1.500.000,00 memiliki jumlah paling besar yaitu 53 responden, pengeluaran per bulan Rp 500.000,00–Rp 1.000.000,00 memiliki jumlah responden besarnya yaitu 40 responden , pengeluaran per bulan sebesar < Rp 500.000 memiliki jumlah responden sebanyak 35 responden dan pengeluaran per bulan sebesar Rp 1.000.001,00-Rp 1.500.000,00 memiliki jumlah responden sebanyak 22 responden.
6. Variabel kualitas layanan memiliki skor rata – ratai sebesar 3.6764 yang berada pada rentang 3.40 – 4.20, yang berati konsumen setuju bahwa secara keseluruhan kualitas layanan yang diberikan oleh Lotteria sudah baik.
7. Variabel kualitas produk memiliki skor rata – ratai sebesar 3.6410 yang berada pada rentang 3.40 – 4.20, yang berati konsumen setuju bahwa secara keseluruhan kualitas produk yang diberikan oleh Lotteria sudah baik.
8. Variabel Kepuasan konsumen memiliki skor rata – rata sebesar 3.4217 yang berada pada rentang skala 3.40 - 4.20, yang menunujukkan bahwa sebagian besar konsumen Lotteria berada pada tingkatan setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen Lotteria sudah puas.
9. Berdasarkan uji koefisien determinasi,dapat diketahui bahwa adjusted r square pada penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,196 atau 19,6 %. Hal ini berarti bahwa 19,6 % variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan kualitas produk, sedangkan sisanya yaitu sebesar 80,4 % dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lainnya diluar
10. Berdasarkan uji F, dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 19,174 dengan probabilitas sebesar 0,000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen atau dapat dikatakan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
11. Berdasarkan pada tabel 4.51, juga dapat disimpulkan bahwa:
    a. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (H1)
    Besar koefisien regresi variabel kualitas layanan yaitu sebesar 0,294 dengan nilai t sebesar 3,451 dan memiliki signifikansi sebesar 0,0005 < α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini juga di dukung dengan banyaknya konsumen yang mau datang ke Lotteria untuk menikmati makanan dan minuman disana, tetapi tidak hanya itu saja sikap karyawan dalam melayani

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

konsumen, memberikan sapaan kepada konsumen dan tanggap dalam melayani konsumen merupakan beberapa hal yang membuat konsumen puas terhadap apa yang mereka harapkan dari Lotteria.

b. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (H2)

Besar koefisien regresi variabel kualitas produk yaitu sebesar 0,228 dengan nilai t sebesar 2,680 dan memiliki signifikansi sebesar 0,004 < α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini juga didukung dengan produk – produk yang ditawarkan berupa makanan dan minuman, sesuai dengan standar yang ada, tidak hanya itu saja tetapi mereka terus berinovasi dalam mengembangkan makanan dan minuman Lotteria sehingga dapat bersaing dengan para pesaingnya dan menjadikan hal tersebut sebagai jajng promosi untuk memperkenalkan produknya. Sehingga konsumen tertarik untuk mencoba makanan dan minuman dari Lotteria, karena apa yang mereka harapkan tentang rasa makanan dan minuman yang diberikan sudah sesuai dengan standar yang diberikan Lotteria.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan yang diberikan oleh Lotteria secara keseluruhan sudah baik .
2. Kualitas produk yang diberikan oleh Lotteria secara keseluruhan sudah baik.
3. Konsumen yang mengkonsumsi dan membeli Lotteria merasa puas.
4. Kualitas layanan dan kualitas produk terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, terdapat beberapa hal yang disarankan oleh penulis, adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Sebaiknya pihak manajemen Lotteria lebih mengutamakan kebersihan tempat makan. Karena terdapat di beberapa tempat di dekat meja terdapat debu yang membuat kesan kotor bagi konsumen. Maka kebersihan dijadikan perhatian untuk kedepannya.
2. Sebaiknya pihak manajemen Lotteria lebih memperbaiki pelayanan pada saat kondisi ramai, terkadang pada saat jam tertentu antrian untuk membeli Lotteria cukup panjang sehingga konsumen berpindah untuk mencari tempat makan lain.
3. Untuk peneliti yang akan melakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, sebaiknya menggunakan cakupan wilayah yang tidak hanya Kelapa Gading Jakarta Utara saja dan responden yang lebih bervariasi supaya hasil lebih akurat.
4. Untuk peneliti yang melakukan penelitain lanjutan mengenai kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Lotteria, sebaiknya lebih spesifik dalam menjelaskan produk yang diteliti dalam pra kuesioner atau kuesioner.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus sebagai sumber kekuatan dan sumber kehidupan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak atas segala bantuan, dorongan, dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Agus Salim, S.E., MBA., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah dengan bersedia untuk meluangkan waktu, pikiran dan tenaganya dalam memberikan pengarahan, bimbingan dan membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Wiwin dosen wali kelas I angkatan 2010 yang telah bersedia menyediakan waktu dan pikiran untuk memberikan beberapa pengarahan, sehingga penulis

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

dapat menyelesaikan pendidikan S1 (Strata Satu).

3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan membantu penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1 (Strata Satu).
4. Segenap karyawan perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang senantiasa membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Papa, Mama, dan Kakak penulis. Herlina, Widiana, dan Juliana atas segala bantuan moril, materil, dan doanya.
6. Teman-teman di UKM Aikido yang atas dukungan dan doanya.
7. Teman-teman angkatan 2010 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu mendukung penulis dalam menyusun skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak–pihak yang membutuhkan. Terima Kasih..

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

Ari.S.Wibowo (2013), Skripsi: Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan di Kota Purwokerto.

Cooper, Donald R. Dan Pamela S.Schindler (2006), Businness Research Methods, New York: Mc – Graw Hills.

Ghozali, Imam (2013), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7, Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.

Husein, Umar (2010), Desain Penelitian Manajemen Strategik, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2012), Principles of Marketing, Edisi 14 E, The United States of America: Pearson Education.

Ndaru, Prasastono dan Sri Y.F.P (2012), Skripsi: Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi.

Sugiyono (2012), Metode Penelitian Bisnis, Bandung : Alfabeta.

B. Sumber Internet

Pengaruh Globaliasasi Terhadap Gaya Hidup http://maulanaazis.blogspot.com/2013/01/pengaruh-globalisasi-terhadap-gaya-hidup.html (diakses 10 Mei 2014)

Makanan Siap Saji Sudah Menjadi Gaya Hidup Masa Kini http://www.kantarworldpanel.com/id/News/makanan-siap-saji-gaya-hidup (diakses 22 Juli 2014)

Makanan Siap Saji http://id.wikipedia.org/wiki/Makanan_siap_saji (diakses 1 Agustus 2014)

Bisnis Resto Siap Saji Makin Menggurita http://terkini.bbc.web.id/artikel/read/2011/09/10/451/501099/bisnis-resto-siap-saji-makin-menggurita-di-kota-besar/large (8 Agustus 2014)

Pengaruh Budaya Korea Terhadap Indonesia http://anissanur.blogspot.com/2012/02/pengaruh-budaya-korea-terhadap.html (diakses 15 Mei 2014)

Lotteria, Jaringan Fast Food Korea Resmi Hadir Di Indonesia http://food.detik.com/read/2012/02/29/183132/1854860/294/2/lotteria-jaringan-fast-food-korea-resmi-hadir-di-indonesia (diakses 4 Mei 2014)

Makanan Sehat http://artikeltentangkesehatan.com/makanan-sehat.html (diakses 5 mei 2014)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie