



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA McDonald's  
DI KELAPA GADING JAKARTA UTARA**

Oleh:

Sally

Pembimbing:

Ir. Tumpal J. R. Sitinjak M.M.

Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta Utara

Email: [sallywong58@gmail.com](mailto:sallywong58@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's di Kelapa Gading Jakarta Utara. Populasi yang digunakan adalah pelanggan yang pernah membeli dan mengonsumsi McDonald's di Kelapa Gading Jakarta Utara. Sampel penelitian sebanyak 107 responden yang diambil secara acak. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan aplikasi Lisrel 8.80. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** *kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan.*

**ABSTRACT**

This purpose of this research is to analyze the influence of the quality of service and product quality to customer satisfaction at the McDonald's in Kelapa Gading . The population is customers who've bought and ate at McDonald's in Kelapa Gading . Research samples were 107 respondents were drawn at random . The procedure used to test the model and data processing is a Structural Equation Modelling using 8.80 lisrel application. The results showed that service quality had positive and significant influence on customer satisfaction, and product quality had positive and significant influence on customer satisfaction.

**Keywords:** *quality of service, product quality, customer satisfaction.*



## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Kualitas layanan dan kualitas produk merupakan kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992 yang dikutip oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta). Kepuasan pelanggan menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan. Menurut para akademisi, kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan (Oliver, 1980 yang dikutip oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta). Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert dkk., 2004 yang dikutip oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta). Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2005 yang dikutip oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta). Kualitas produk yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006 yang dikutip oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta). Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Konsep dari kualitas layanan, dan kepuasan saling berhubungan satu dengan yang lain. Secara teoritis, dalam prosesnya dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



memberikan acuan pada penelitian ini, dimana kualitas layanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung.

### Tujuan Penelitian

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

1. Kualitas layanan yang diberikan oleh McDonald's sudah baik.
2. Kualitas produk yang diberikan oleh McDonald's sudah baik.
3. Pelanggan merasa puas terhadap McDonald's.
4. Pengaruh kualitas layanan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's.
5. Pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Layanan

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:386), definisi layanan 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.

### Kualitas Produk

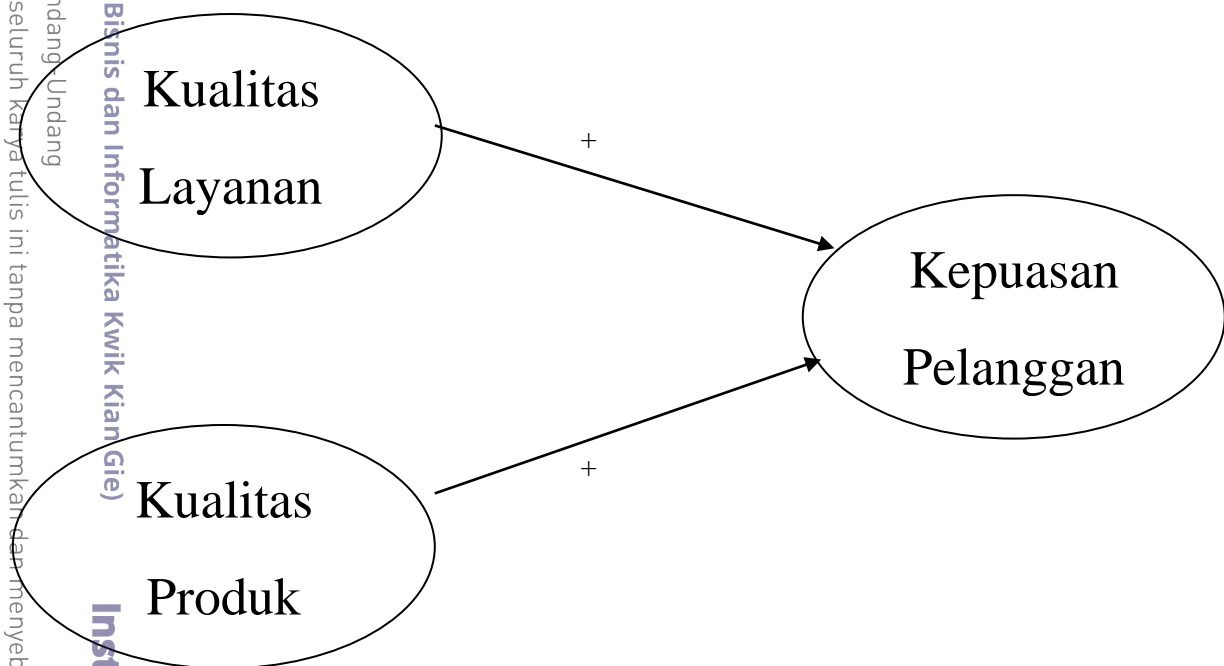
Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:358), definisi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, layanan, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.



## Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2012:164), definisi kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan kinerja yang di harapkan. 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.

## Kerangka Pemikiran



## Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

H<sub>2</sub> : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

## Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen berupa kualitas layanan dan kualitas

produk, sedangkan variabel dependen berupa kepuasan pelanggan. Indikator dan item

C pertanyaan setiap variabel dijabarkan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan dijabarkan dalam tabel 1 berikut :

**Tabel 1**

**Indikator dan Item Pertanyaan Kualitas Layanan**

| Variabel         | Dimensi                                   | Indikator   |
|------------------|---|---|
| Kualitas Layanan | 1. Keandalan ( <i>reliability</i> )       | a. Karyawan McDonald's selalu akurat dalam mencatat pesanan pelanggan.<br>b. Karyawan McDonald's selalu tepat dalam memberikan menu yang sesuai dengan pesanan pelanggan.<br>c. Karyawan McDonald's selalu baik walaupun dalam kondisi yang sedang ramai.                                   |
|                  | 2. Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ) | a. Karyawan McDonald's selalu tanggap terhadap berbagai keluhan dari pelanggan.<br>b. Karyawan McDonald's selalu tanggap dalam membantu pelanggan.<br>c. Karyawan McDonald's selalu tepat menyajikan makanan sesuai dengan waktu yang di janjikan.  |
|                  | 3. Jaminan ( <i>assurance</i> )           | a. Karyawan McDonald's selalu meyakinkan kembali makanan dan minuman yang dipesan.<br>b. Karyawan McDonald's memiliki pengetahuan yang baik tentang menu yang ditawarkan.<br>c. Karyawan McDonald's memiliki perilaku yang sopan dan ramah kepada pelanggan.                                |
|                  | 4. Empati ( <i>empathy</i> )              | a. Karyawan McDonald's selalu memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.<br>b. Karyawan McDonald's selalu menawarkan bantuan kepada pelanggan setelah pelanggan melakukan pembelian<br>c. Karyawan McDonald's memberikan sapaan kepada pelanggan sebelum dan sesudah anda memesan produk. |
|                  | 5. Benda berwujud ( <i>tangible</i> )     | a. McDonald's selalu mengutamakan kebersihan pada tempat restoran   |

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.





|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | maupun peralatan makanannya.<br>b. McDonald's memiliki fasilitas lapangan parkir yang memadai. |
|--|--|--|

Sumber: Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:401)

2. Variabel Kualitas Produk

Variabel kualitas produk dijabarkan dalam tabel 2 berikut :

**Tabel 2**

**Indikator dan Item Pertanyaan Kualitas Produk**

| Variabel        | Dimensi                | Indikator  |
|-----------------|------------------------|--|
| Kualitas Produk | 1. Bentuk              | a. McDonald's menyediakan porsi makanan dan minuman yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.<br>b. McDonald's menyediakan menu set yang bervariasi.   |
|                 | 2. Fitur               | a. McDonald's menggunakan bumbu yang berbeda sehingga menjadi daya tarik lebih bagi pelanggan.<br>b. Pilihan makanan burger dan ayam goreng McDonald's memiliki variasi yang berbeda.                  |
|                 | 3. Kualitas kinerja    | a. McDonald's memiliki kualitas makanan dan minuman yang baik.   |
|                 | 4. Kualitas kesesuaian | a. Tampilan makanan dan minuman McDonald's sesuai dengan tampilan pada menu.<br>b. Rasa makanan dan minuman McDonald's tidak berubah dari waktu ke waktu.  |
|                 | 5. Daya tahan          | a. Kondisi makanan dan minuman McDonald's pada saat dipesan baik.<br>b. Makanan dan minuman McDonald's yang dipesan untuk dibawa pulang masih <i>fresh</i> .   |
|                 | 6. Keandalan           | a. Makanan dan minuman McDonald's memiliki tampilan yang menarik sehingga pelanggan berminat untuk membelinya.<br>b. Makanan dan minuman McDonald's memiliki rasa yang sesuai dengan selera pelanggan. |
|                 | 7. Gaya                | a. Makanan dan minuman McDonald's memiliki rasa ala Amerika.<br>b. McDonald's memiliki ciri khas   |

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.



|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | dalam menyajikan beberapa menu andalannya. |
|--|--|--|

Sumber: Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:361-363)

### 3. Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel kualitas pelanggan dijabarkan dalam tabel 3 berikut :

**Tabel 3**

#### **Indikator dan Item Pertanyaan Kepuasan Pelanggan**

| Variabel           | Dimensi                                     | Indikator  |
|--------------------|---|--|
| Kepuasan pelanggan | 1. Merekomendasikan                         | a. Pelanggan memberikan rekomendasi yang positif kepada orang lain mengenai McDonald's                       |
|                    | 2. Membeli kembali                          | a. Pelanggan selalu berkeinginan untuk membeli dan mengkonsumsi berbagai varian produk McDonald's.           |
|                    | 3. Tidak terlalu mementingkan merek pesaing | a. Pelanggan merasa McDonald's merupakan tempat yang tepat untuk mengkonsumsi makanan dan minuman fast food. |
|                    | 4. Tidak sensitif dengan harga              | a. Pelanggan merasa bahwa harga makanan dan minuman yang ditawarkan oleh McDonald's sesuai dengan harapan.   |

Sumber: Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:165)

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian ex post facto, karena penelitian ini merupakan pencarian empirik yang sistematis dimana peneliti tidak dapat mengontrol variabel bebasnya, karena peristiwa telah terjadi atau sifatnya tidak dapat dimanipulasi

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* atau yang disebut juga penarikan sample secara tidak acak.

### **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 kuesioner yang disebarakan kepada responden yang pernah membeli atau mengonsumsi McDonald's. Teknik komunikasi yang 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.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### Teknik Analisis Data

Untuk analisis data, penulis menggunakan program LISREL 8.80 untuk mempermudah seluruh proses perhitungan. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk membantu menganalisis data-data untuk mendukung hasil penelitian ini, antara lain :

#### 1. Analisis Deskriptif

Penulis melakukan perhitungan statistik deskriptif melalui :

##### a. Rata-rata (*mean*)

Rata-rata (*mean*) didapat dengan menjumlahkan data seluruh individu dalam kelompok itu, kemudian dibagi dengan jumlah individu yang ada pada kelompok tersebut. Rata-rata (*mean*) di buat dengan ketentuan :

$$\bar{x} = \frac{\sum fx}{n}$$

##### b. Persentase

Persentase adalah sebuah angka atau perbandingan (rasio) untuk menyatakan pecahan dari seratus. Persentase di buat dengan ketentuan :

$$P(x) = \frac{n(x)}{n}$$

#### 2. Analisis SEM (*Structural Equation Model*)

Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) . Dengan SEM kita mampu menganalisis hubungan antara variabel latent dengan variabel

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.





indikatornya, hubungan antara variabel latent dengan variabel latent yang lain, juga mengetahui besarnya kesalahan pengukuran (Tumpal dan Sugiarto 2006 : 2).

Analisis SEM terdapat 2 model yaitu model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran adalah model yang menggambarkan hubungan variabel latent dengan variabel-variabel teramati (indikator). Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Analisis model pengukuran dilakukan dengan memeriksa t-value dari muatan faktor hasil estimasi < 1,96. Jika ada t-value muatan faktornya > 1,96, maka dikatakan valid, menurut Tumpal JR Sitinjak dan Sugiarto (2006 : 70).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari variabel latent.

*Construct reliability / composite reliability* digunakan untuk menilai reliabilitas gabungan setiap variabel latent. Informasi yang digunakan adalah *loading factor* dan *error variance*. Rumus yang digunakan adalah :

$$Pc = \frac{(\sum\lambda)^2}{[(\sum\lambda)^2 + \sum(\Theta)]}$$

Suatu reliabilitas *construct* dikatakan baik jika nilai *construct reliability*-nya  $\geq 0,70$  dan nilai *variance extracted*-nya  $\geq 0,50$ . (Tumpal dan Sugiarto 2006 : 71)

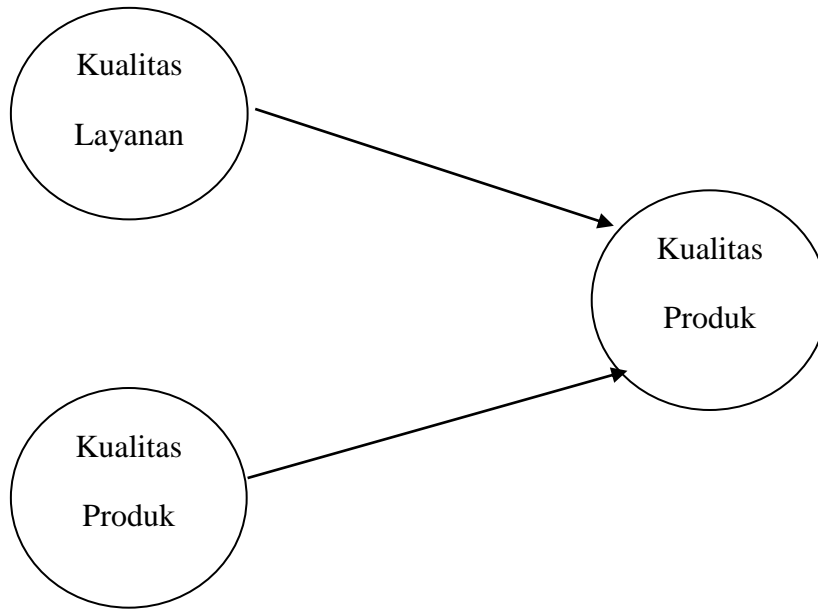
c. Diagram Jalur

Path diagram menurut Tumpal dan Sugiarto (2006 : 93-95) Suatu diagram jalur akan membantu di dalam menganalisis dan menginterpretasikan hubungan yang dihipotesiskan. Oleh karena itu sebelum menganalisis jalur tersebut, peneliti sudah mempunyai teori atau hipotesis



terlebih dahulu terhadap model atau diagram jalurnya, sebagaimana dicantumkan pada gambar 1.

**Gambar 1**  
**Diagram Jalur**



Gambar 1 merupakan gambar model penelitian. Anak panah menunjukan hubungan antar variabel. Setiap nilai P pada setiap jalur menggambarkan koefisien jalur (yang merupakan koefisien regresi yang telah distandarisasi), dari gambar di atas dapat dibuat persamaan sebagai berikut :

$$1. K_2 = \beta_0 + \beta_1 KL + \beta_2 KP_1 \quad (1)$$

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### Analisis Deskriptif

Berikut ini adalah deskripsi dari indikator-indikator yang diteliti disusun dalam tabel frekuensi distribusi:

**Tabel 4 : Deskriptif Statistik**

| VARIABEL | RATA-RATA | SELANG KEPERCAYAAN |            |
|----------|-----------|--------------------|------------|
|          |           | BATAS BAWAH        | BATAS ATAS |
|          |           |                    |            |

© 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 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.



|   |                    |        |        |        |
|---|--------------------|--------|--------|--------|
|   | Kualitas Layanan   | 3,5471 | 3,4182 | 3,676  |
| 1 | Kualitas Produk    | 3,4033 | 3,2489 | 3,5578 |
|   | Kepuasan Pelanggan | 3,5    | 3,3509 | 3,6491 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan Tabel 4 di atas, nilai rata-rata dari kualitas layanan sebesar 3,5471 dengan kisaran nilai sebesar 3,4182 dan 3,676, hal ini menunjukkan bahwa Restoran McDonald's menyajikan kualitas layanan yang baik. Sedangkan nilai rata-rata dari kualitas produk sebesar 3,4033 berada di kisaran 3,2489 dan 3,5578, hal ini menunjukkan bahwa Restoran McDonald's menyajikan kualitas produk yang baik, dan nilai rata-rata dari kepuasan pelanggan sebesar 3,5 berada di kisaran 3,3509 dan 3,6491, hal ini menunjukkan bahwa Restoran McDonald's berhasil menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi.

### Hasil Penelitian

#### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan lisrel 8.80. Indikator pertanyaan dapat dinyatakan valid apabila t-value lebih besar dari 1,96 (t-table). Indikator yang valid dapat diartikan bahwa indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya ingin diukur dalam penelitian. Dari proses pengumpulan data 107 responden, hasilnya adalah sebagai berikut :

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. Uji Reliabilitas Konstruk

Pengujian Reliabilitas Konstruk di gunakan dgn menggunakan *Construct Reliability* (CR) sebagaimana tercantum pada tabel 5.

**Tabel 5**

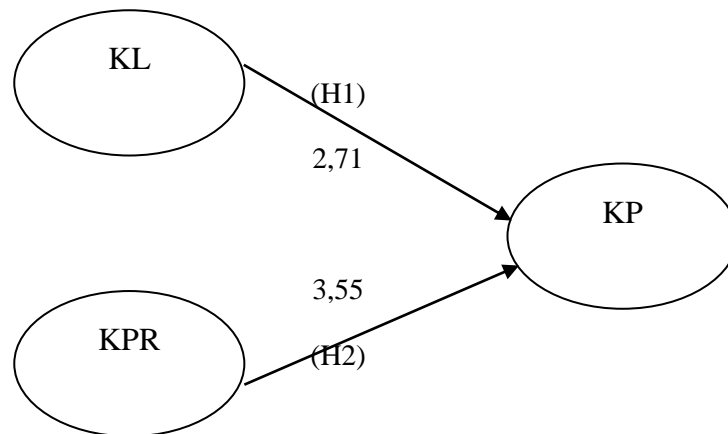
| Variabel           | CR   |
|--------------------|------|
| Kualitas Layanan   | 0,92 |
| Kualitas Produk    | 0,94 |
| Kepuasan Pelanggan | 0,85 |

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa loading faktor untuk indikator-indikator variabel kualitas layanan seluruhnya di atas 0,70, hal ini berarti pengukuran kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan realibilitas.

## 3. Uji Hipotesis Penelitian

### a. T-values Structural

Gambar 2



Hipotesis 1 menyatakan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil dari pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima, dimana pada gambar 4.2 diperoleh hasil pengujian *t-value* 2,71 dan signifikan (*t-value* > 1,96).

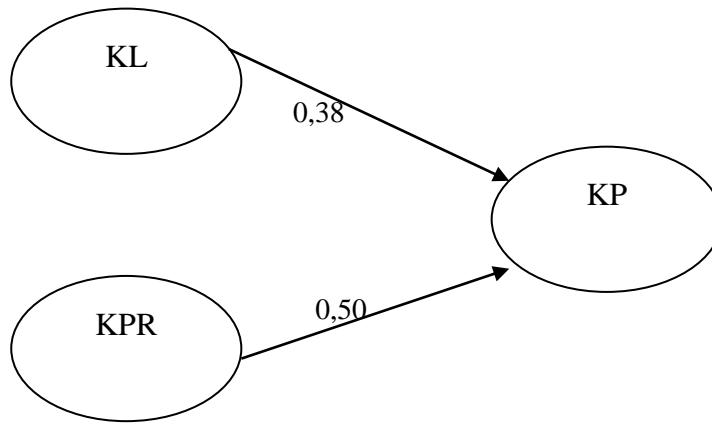
Hipotesis 2 menyatakan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil dari pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima, dimana pada gambar 4.2 diperoleh hasil pengujian *t-value* 3,55 dan signifikan (*t-value* > 1,96).



b. Standardized Solution

Gambar 3



Gambar 4.3 menunjukkan kualitas layanan memiliki pengaruh positif sebesar 0,38.

Sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh positif sebesar 0,50.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengaruh kualitas produk lebih dominan ke kepuasan pelanggan dimana pengaruh kualitas produk ke kepuasan pelanggan sebesar 0,50 lebih besar dibandingkan pengaruh kualitas layanan ke kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,38.

**Pembahasan**

**A. Pembahasan**

Kualitas Layanan di McDonald's baik hal ini dapat dilihat dari ketiga belas indikatornya, mayoritas menghasilkan kualitas layanan yang baik. Hasil pengujian kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah terdapat bukti kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat terjadi karena kualitas layanan yang baik akan diikuti oleh kepuasan pelanggan yang baik, dimana pada penelitian ini kualitas layanan nya baik dan juga kepuasannya tinggi. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Doddy Febri Aryadi (2013) dimana dalam penelitian tersebut juga diperoleh hasil kualitas layanan secara stimulan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Saat ini kualitas layanan menjadi salah satu faktor keberhasilan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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.



suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dimensi-dimensi dalam kualitas layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan hal-hal berwujud merupakan dasar untuk menilai baik atau buruknya kualitas layanan. Dimana ketika pelanggan merasa dimensi-dimensi dari kualitas layanan pada McDonald's baik maka tingkat kepuasan pelanggan tinggi, tetapi jika pelanggan merasa dimensi-dimensi dari kualitas layanan kurang baik atau buruk maka tingkat kepuasan pelanggan rendah.

Kualitas Produk di McDonald's baik hal ini dapat dilihat dari ketiga belas indikatornya, mayoritas menghasilkan kualitas produk yang baik. Hasil pengujian kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah terdapat bukti kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat terjadi karena kualitas produk yang baik akan di ikuti oleh kepuasan pelanggan yang tinggi. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Basrah Saidani (2013) dimana dalam penelitian tersebut juga diperoleh hasil kualitas produk secara empiris mempengaruhi kepuasan pelanggan. Saat ini kualitas produk menjadi salah satu faktor keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dimensi-dimensi dalam kualitas produk seperti bentuk, fitur, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, daya tahan, keandalan dan gaya merupakan dasar untuk menilai baik atau buruknya kualitas produk. Dimana ketika pelanggan merasa dimensi-dimensi dari kualitas produk pada McDonald's baik maka tingkat kepuasan pelanggan tinggi, tetapi jika pelanggan merasa dimensi-dimensi dari kualitas produk kurang baik atau buruk maka tingkat kepuasan pelanggan rendah.

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.

## KESIMPULAN DAN SARAN



### Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil pengolahan data Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan di McDonald's baik.
2. Kualitas produk di McDonald's baik.
3. McDonald's berhasil menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi.
4. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diberikan saran sebagai berikut:

#### 1. Bagi Manajemen McDonald's

Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas layanan dan kualitas produk McDonald's berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

1. Salah satu komponen dari kualitas layanan yaitu ketersediaan lapangan parkir kurang baik, sebaiknya manajemen perlu melakukan pembesaran lapangan parkir agar pelanggan tidak kesulitan dalam mencari parkir.
2. Salah satu komponen dari kualitas produk yaitu variasi makanan yang berbeda kurang baik, sebaiknya manajemen perlu berinovasi menambah menu makanan yang bervariasi dan sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia.
3. Salah satu komponen dari kepuasan pelanggan yaitu keinginan pelanggan untuk membeli dan mengkonsumsi kembali rendah, maka diharapkan manajemen selalu mempertahankan, meningkatkan, serta mengembangkan kualitas layanan dan kualitas



produk yang ditawarkan kepada pelanggan agar tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi.



Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan dengan lebih kompleks dan lebih baik lagi. Penelitian selanjutnya juga dapat dikembangkan dengan menambah variabel lain baik variabel *latent*, variabel endogen, maupun variabel eksogen, seperti Promosi, Loyalitas Pelanggan, Keputusan Pembelian, Harga, Kemasan, Lokasi, *Brand Ambassador*, *Word of Mouth Brand Equity*, dan lain sebagainya sehingga dapat menghasilkan fakta baru yang bisa dipelajari oleh banyak orang.

Hal ini diatur dalam Undang-Undang

Hak Cipta dan Perlindungan Industri Kekayaan Intelektual (Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



## DAFTAR PUSTAKA

Aniek Indrawati, Aniek (2011), *Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen*.

Aryadi, Doddy Febri (2013), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Giant Supermarket Dinoyo Malang*.

Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta (2010), *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan KFC Pada Mahasiswa Fisip UI*.

Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2006), *Metode Riset Bisnis*, Edisi ke-9, Jakarta: PT Media Global Edukasi.

Haryanton, Resty Avita (2013), *Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran McDonald's Manado*.

Kotler, Philip, dan Gary M. Armstrong (2010), *Principles of Marketing*, Edisi ke-13, USA: Prentice Hall.

Kotler, Philip, dan Kevin L. Keller (2009), *Marketing Management*, Edisi ke-13, Global Edition, USA: Pearson.

Makanan Siap Saji Sudah menjadi Gaya Hidup Masa Kini, diakses 10 September 2015, <http://www.kantarworldpanel.com/id/News/makanan-siap-saji-gaya-hidup>.

Makanan Siap Saji, diakses 10 September 2015, <http://id.wikipedia.org/wiki/makanan-siap-saji>.

Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, & Leonard L. Berry (1988), *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*.

Rizan, Mohamad dan Fajar Andika (2011), *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Suzuki Fatmawati Jakarta Selatan*.





Saidani, Basrah dan Samsul Arifin (2013), *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market Pondok Indah Jakarta Selatan*.

Sejarah McDonald's, diakses 21 Desember 2015, <http://www.mcdonalds.co.id/tentang-mcdonalds/info-perusahaan/sejarah-mcdonalds>.

Sejarah McDonald's, diakses 21 Desember 2015, <https://id.wikipedia.org/wiki/McDonald%27s>.

Sejarah Logo McDonald's, diakses 21 Desember 2015, <http://intisari-online.com/read/pesan-tersembunyi-di-balik-logo-mcdonalds-1>.

Sitiinjak, Tumpal, dan Sugiarto (2006), *Lisrel*, Jogjakarta: Graha Ilmu.

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

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (1988), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

Tumangkeng, Gerardo Andrew (2013), *Kualitas Produk, Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado*.

Visi misi McDonald's, diakses 21 Desember 2015, <http://www.mcdonalds.co.id/tentang-mcdonalds/info-perusahaan/visi-misi>.

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

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