

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KFC KELAPA GADING

Agnes Felicia

74180057@student.kwikkiangie.ac.id

Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M

abdullah.rakhman@kwikkiangie.ac.id

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

ABSTRAK

Dalam penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan KFC Kelapa Gading. Adapun metode yang dipakai oleh peneliti ialah metode kuantitatif dengan tujuan untuk memperoleh data primer yang didapatkan dari jawaban responden dalam kuesioner. Untuk menghitung anggota dalam populasi, teknik yang diterapkan ialah metode *Non-Probability Sampling* dengan *teknik judgment sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner melalui aplikasi *Google Form* terhadap 185 sampel responden atau pelanggan KFC Kelapa Gading. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi *software IBM SPSS Statistic 20* dengan menganalisis data terhadap uji kuesioner (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis (variabel dan deskriptif), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi), serta analisis regresi linier berganda. Penelitian menggambarkan bahwa (1) kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC Kelapa Gading, hal ini dimaknai dari nilai t – hitung kualitas produk yakni 4.670 dan dengan nilai $\text{sig. } 0.000 < 0.05$, (2) kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC Kelapa Gading yang diperoleh dari nilai t – hitung kualitas layanan yakni 7.709 dengan nilai $\text{sig. } 0.000 < 0.05$. Kesimpulan yang diperoleh dalam hasil penelitian ialah terbukti bahwa hubungan kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC Kelapa Gading.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine how much the influence of product quality and service quality on customer satisfaction in KFC Kelapa Gading. The method that used by the researcher is a quantitative method with the aim of obtaining primary data which obtained from respondent's answers in the questionnaire. For counting members in the population, the technique is applied by using the Non-Probability Sampling method with judgment sampling technique. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires through the Google Form application to 185 samples respondents or customers of KFC Kelapa Gading. The processing data was carried out by using the IBM SPSS Statistic 20 software application for analyzing the data include of questionnaire test (validity test and reliability test), analysis (variable and descriptive), classical assumption test (normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, and autocorrelation test), and multiple linear regression analysis. Research illustrates that (1) product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction on KFC Kelapa Gading, this is interpreted from the value of t -calculate product quality which is 4.670 and with a sig value. $0.000 < 0.05$, (2) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction on KFC Kelapa Gading

