



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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BURGER KING
LAGOON AVENUE DI BEKASI SELATAN**

Oleh :

Nama : Maurich Totti

Nim : 73180524

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Kewirausahaan



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2022

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.

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BURGER KING LAGOON AVENUE DI BEKASI SELATAN

Diajukan oleh :

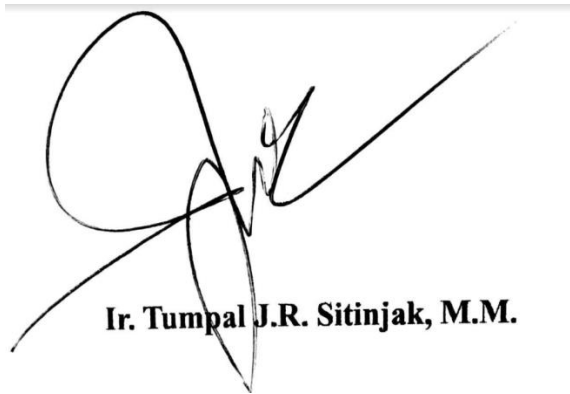
Nama : Maurich Totti

Nim : 73180524

Jakarta, Agustus 2022

Disetujui oleh :

Pembimbing,



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

**INSTITUT BISNIS dan INFORMASI KWIK KIAN GIE
JAKARTA**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

ABSTRAK

Maurich Totti / 73180524 / 2022/ Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Burger King Lagoon Avenue, Bekasi Selatan / Ir. Tumpal J.R. Srijak, M.M.

Burger King merupakan restoran makanan cepat saji yang dikenal oleh masyarakat luas di Indonesia. Burger King pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 1980 dan sempat tutup pada tahun 1998 dikarenakan krisis moneter pada saat itu. Namun, Burger King sendiri tidak patah semangat dan tetap konsisten dengan bisnis yang di jalankan di kala krisis dan juga persaingan yang terjadi. Pertanyaannya adalah, bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan.

Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas layanan sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Pengumpulan sampel dilakukan dengan cara *non-probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif statistik, dan analisis regresi linier berganda. Data pada penelitian ini diolah menggunakan *SPSS 20*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Dan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan.

Peneliti menyarankan agar Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan tetap mempertahankan kualitas produk dan kualitas layanan agar pelanggan dapat terus merasa puas. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk mencari variabel lain seperti citra merek, promosi dan iklan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan





ABSTRACT

Mauritius Totti / 73180524 / 2022/ *The Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction Burger King Lagoon Avenue, South Bekasi* / Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Burger King is a fast food restaurant that is certainly known by the wider community in Indonesia. Burger King was first present in Indonesia in 1980 and was closed in 1998 due to the monetary crisis at that time. However, Burger King itself is not discouraged and remain consistent with the business that is run in times of crisis and also the competition that occurs. The question is, how is the effect of product quality and service quality on Burger King's customer satisfaction at Lagoon Avenue, South Bekasi.

The theory used in this research is the theory of product quality, service quality, and customer satisfaction. The independent variable in this study is product quality and service quality, while the dependent variable in this study is customer satisfaction.

The sample was collected by means of non-probability sampling with judgment sampling technique. The data collection method in this study used a questionnaire. The data analysis technique in this research is statistical descriptive analysis, and multiple linear regression analysis. The data in this study were processed using SPSS 20.

The results showed that there was a significant or positive effect between product quality on customer satisfaction and service quality on customer satisfaction. And there is a simultaneous significant effect between product quality and service quality on Burger King's customer satisfaction at Lagoon Avenue, South Bekasi.

Researchers suggest that Burger King at Lagoon Avenue, South Bekasi maintains product quality and service quality so that customers can continue to feel satisfied. Further researchers are advised to look for other variables such as brand image, promotion and advertising that affect customer satisfaction.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction*

© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Peneliti menyadari bahwa ini belum sempurna dan masih terdapat banyak kesalahan di dalamnya, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, Agustus 2022

Maurich

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.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Batasan Penelitian.....	6
1.5 Rumusan Masalah.....	6
1.6 Tujuan Penelitian	7
1.7 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Produk	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	14
2.1.3 Layanan	18
2.1.4 Kualitas Layanan.....	19
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	21
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.3.1 Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	25
2.3.2 Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Objek Penelitian.....	27
3.2 Desain Penelitian	27
3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	29
3.3.1 Variabel Independen.....	29
3.3.2 Variabel Dependen	32



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



3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.4.1 Penentuan Populasi	34
3.4.2 Penentuan Sampel	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.6.1 Uji Validitas	35
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.6.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	37
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.2 Profil Responden.....	44
4.3 Analisis Deskriptif	46
4.4 Hasil Penelitian	51
4.5 Pembahasan	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Simpulan	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	67

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 GAMBAR

<p>© Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Ha Cita D Lindungi Undang-Undang</p>	<p>Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Penyediaan Akomodasi Makanan Dan Minuman dalam PDRB berdasarkan harga konstan Menurut Lapangan Usaha Kota Bekasi Pada Tahun 2015-2020 (Milyar Rupiah) 1</p> <p>Gambar 1.2 Skor Indeks Merek Makanan Cepet Saji di Indonesia Tahun 2021 2</p> <p>Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran 26</p> <p>Gambar 4.1 Logo Burger King 44</p>
---	---



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 LAMPIRAN

Lampiran 1 – PERSENTASE RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN, USIA, PEKERJAAN, KUNJUNGAN.....	69
Lampiran 2 – KUESIONER PENELITIAN.....	70
Lampiran 3 – DATA HASIL UJI PRA-KUESIONER (30 RESPONDEN).....	75
Lampiran 4 – HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	78
Lampiran 5 – DATA HASIL KUESIONER (160 RESPONDEN).....	81
Lampiran 6 – HASIL ANALISIS DESKRIPTIF	93
Lampiran 7 – HASIL ESTIMASI PERSAMAAN REGRESI LINIER BERGANDA.....	94
Lampiran 8 – HASIL PENGUJIAN ASUMSI KLASIK	95
Lampiran 9 – HASIL UJI KESESUAIAN MODEL (UJI F).....	96
Lampiran 10 – HASIL UJI SIGNIFIKAN PARAMETER INDIVIDUAL (UJI t).....	96
Lampiran 11 – HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2).....	97
Lampiran 12 – SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	98
Lampiran 13 – KARTU BIMBINGAN SKRIPSI.....	99


IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dilindungi oleh Undang-Undang Hak Cipta dan Undang-Undang tentang 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.





BAB I

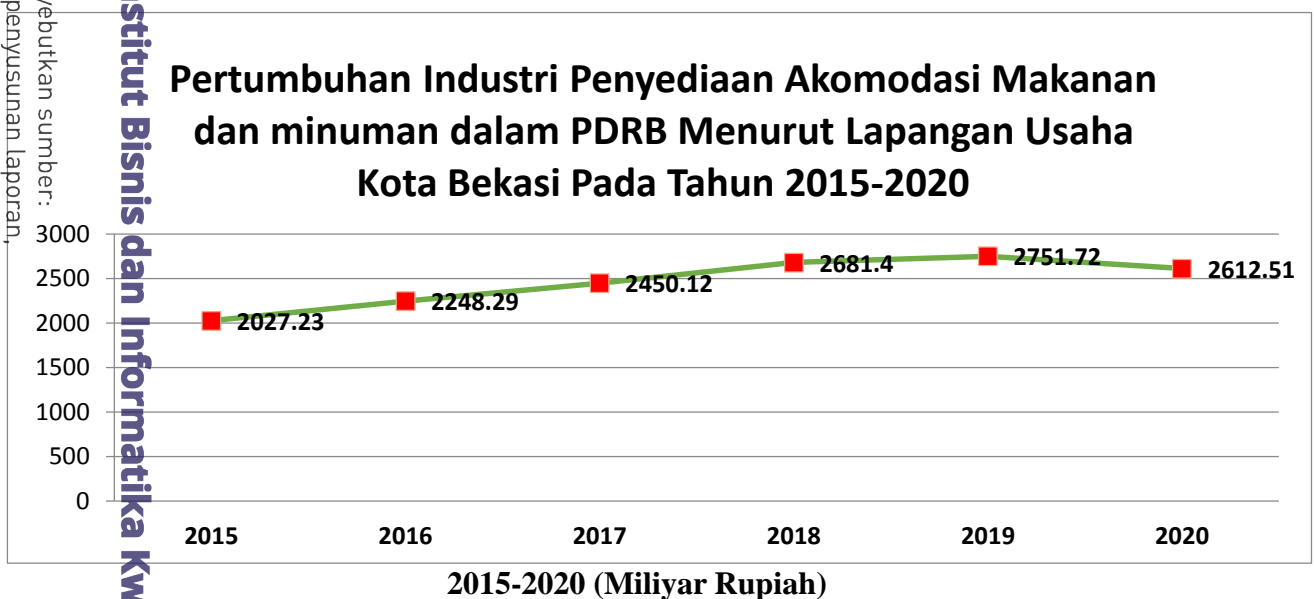
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri makanan dan minuman atau *food and beverage* menjadi salah satu industri yang sangat diminati oleh masyarakat di Indonesia, tanpa terkecuali di Kota Bekasi, Jawa Barat. Berikut adalah data mengenai pertumbuhan industri penyediaan akomodasi makanan dan minuman dalam produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berdasarkan harga konstan menurut lapangan usaha Kota Bekasi pada tahun 2015-2020 yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS).

Gambar 1.1

Pertumbuhan Industri Penyediaan Akomodasi Makanan dan minuman dalam PDRB berdasarkan harga konstan Menurut Lapangan Usaha Kota Bekasi Pada Tahun



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.



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa industri penyediaan makanan dan minuman di kota Bekasi menurut PDRB harga konstan mengalami pertumbuhan sebesar 26% dari tahun 2015 hingga tahun 2020. Hal ini mengindikasikan bahwa industri penyedia makanan dan minuman menjadi salah satu usaha yang diminati oleh masyarakat di Kota Bekasi.

Salah satu kategori usaha yang bergerak dalam industri penyedia makanan dan minuman tersebut adalah restoran yang menyediakan makanan cepat saji (*fast food*). Tingkat kesibukan masyarakat yang tinggi menyebabkan restoran cepat saji menjadi salah satu sangat diminati oleh masyarakat, dikarenakan praktis dan dapat disajikan dalam waktu yang relatif cepat. Berikut ini adalah data mengenai skor indeks merek makanan cepat saji di Indonesia pada tahun 2021 yang bersumber dari *YouGov* dan dipublikasikan oleh (www.databooks.katadata.co.id.)

Gambar 1.2

Skor Indeks Merek Makanan Cepat Saji di Indonesia Tahun 2021



Sumber: www.databooks.katadata.co.id, 2021

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



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

Berdasarkan gambar 1.2 di atas menunjukkan tingginya tingkat persaingan antara satu restoran fast food dengan restoran fast food lainnya, dimana KFC memiliki nilai skor indeks tertinggi dengan nilai 37,3 dan skor indeks terendah ditempati oleh Bread Talk dengan nilai 12,9. Salah satu restoran fast food yang berpotensi menyaingi KFC adalah Burger King, yang pada tahun 2021 menempati posisi ke 5 dengan nilai indeks 16,8. Burger King sendiri merupakan jaringan restoran spesialis hamburger terbesar kedua di Amerika Serikat. Burger King berdiri pada tahun 1954 oleh James W. Lamore dan David Edgerton di Miami, Amerika Serikat. Saat ini, Burger King telah memiliki kurang lebih 14.000 gerai restoran yang tersebar di hampir 100 negara di dunia. Menurut berita yang dikutip dari Kontan pada tanggal 2 September 2021, lisensi bisnis Burger King di bawah kepemilikan waralaba PT Sari Burger Indonesia, entitas usaha PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) dengan saham sebesar 33,52% dan QSR Indoburger sebesar 66,48%. Per September 2021, PT. Sari Burger Indonesia telah mengoperasikan sebanyak 174 gerai Burger King di Indonesia, salah satunya adalah Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan yang berdiri pada tahun 2018.

Ketatnya persaingan usaha di sektor industri makanan cepat saji membuat para pelaku usaha tanpa terkecuali Burger King perlu untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanannya demi meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menurut Umar (2005:65) dalam Indrasari (2019:82) adalah tingkat kepuasan konsumen setelah membandingkan apa yang diterima dengan harapannya terhadap suatu produk. Seorang pelanggan yang merasa puas diharapkan akan membeli produk perusahaan secara berulang dan merekomendasikan produk yang mereka gunakan kepada orang lain.

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.



Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Kualitas produk menurut Kotler and Armstrong (2018:249), adalah sebuah karakteristik dari produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Oleh karena itu, penting bagi setiap perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produknya. Dengan peningkatan kualitas produk, diharapkan setiap pelanggan akan merasa puas terhadap produk yang dibelinya dari suatu perusahaan.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah Kualitas Layanan. Kualitas layanan menurut Kotler and Keller (2016:156), keseluruhan fitur atau karakter layanan yang dapat memenuhi kebutuhan yang dimiliki konsumen. Oleh karena itu, penting bagi setiap perusahaan untuk terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Gerai restoran Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan menghadapi berbagai permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Berikut adalah rangkuman mengenai ulasan yang menyatakan ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan oleh gerai Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan:

1. Pelayanan yang cenderung lambat dikarenakan kurangnya jumlah karyawan.
2. Pelayanan tidak ramah yang diberikan oleh manajer kasir, dan pelayan yang sedang bertugas.
3. Ketidaksesuaian produk yang terdapat di menu dengan produk aktual yang diberikan.
4. Cita rasa produk yang tidak sesuai ekspektasi pelanggan, seperti nasi yang dianggap sudah mongering.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



5. Kualitas produk yang tidak konsisten.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Fenomena-fenomena ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh gerai Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan tersebut mengindikasikan adanya pengaruh dari kualitas produk dan kualitas. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Zakaria and Suwitho (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Blue Bird di Surabaya” yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan ?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan ?



1.6 Tujuan Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan rumusan masalah yang telah uraikan pada sub bab sebelumnya, maka tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan.

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan peneliti mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, terutama faktor kualitas produk dan kualitas layanan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya terutama penelitian yang berkaitan dengan variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Akademisi

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.



Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru, terutama bagi para akademisi yang berkonsentrasi dalam bidang manajemen pemasaran.

4. Bagi Pihak Manajemen Burger King Lagoon Avenue

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran kepada pihak manajemen Burger King Lagoon Avenue untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas produk dan kualitas layanan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.1 Produk

2.1.1 Landasan Teori

a. Pengertian Produk

Produk menurut Kotler and Armstrong (2018:244), merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Pengertian produk lainnya disebutkan oleh Stanton (1996:222) dalam Indrasari (2019:26), adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya warna, kemasan, harga, kualitas, dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

Berdasarkan kedua definisi produk di atas, maka dapat disimpulkan bahwa produk adalah kumpulan dari berbagai atribut yang meliputi warna, kemasan, harga, kualitas, merek, dan jasa yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





b. Atribut Produk

Atribut produk menurut Ritonga et al. (2018:81), adalah sebagai berikut

1) Kemasan (*packaging*)

Pengemasan (*packaging*) adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Fungsi utama kemasan adalah menyimpan dan melindungi produk.

2) Merek (*brand*)

Merek (*brand*) adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau kelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Konsumen akan memandang merek sebagai bagian penting dari produk, dan penetapan merek bisa menambah nilai bagi suatu produk.

3) Pelayanan Pendukung

Penawaran perusahaan biasanya meliputi beberapa pelayanan pendukung, yang bisa menjadi bagian kecil atau bagian besar dari seluruh penawaran. Perusahaan juga mengembangkan jasa pendukung produk yang meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan serta perlindungan terhadap pesaing.

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.



c. Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk menurut Kotler and Keller (2016:391) adalah sebagai berikut:

1) Klasifikasi Produk berdasarkan *Durability & Tangibility*

Berdasarkan *durability* dan *tangibility*-nya produk dapat diklasifikasikan menjadi:

a) Barang tidak bertahan lama (*non durable goods*)

Barang tidak bertahan lama atau *non durable goods* merupakan jenis barang yang berwujud dan dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan seperti makanan dan sabun.

b) Barang bertahan lama (*durable goods*)

Barang bertahan lama atau *durable goods* merupakan jenis barang berwujud yang bertahan dan dapat digunakan secara berulang-ulang seperti TV, mesin jahit, dan meja makan.

c) Layanan (*service*)

Layanan atau *service* merupakan jenis barang yang tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan dan memiliki variable yang dapat berpengaruh terhadap performa seperti pangkas rambut, perbaikan elektronik dan nasihat keuangan.

2) Klasifikasi Produk Berdasarkan Penggunaannya

Berdasarkan penggunaannya produk dapat diklasifikasikan menjadi:

a) Barang Konsumsi (*consumer goods*)

Barang konsumsi atau *consumer goods* merupakan jenis produk yang dapat secara langsung dikonsumsi dan mendapatkan manfaat

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan 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)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

tanpa harus diproses lebih lanjut. Barang konsumsi dibagi menjadi 4 jenis yaitu:

i) **Barang Kenyamanan (*convenience goods*)**

Barang kenyamanan atau *convenience goods* merupakan barang-barang yang sering dibeli dan didapatkan dengan mudah tanpa harus mengeluarkan usaha yang besar.

Convenience Goods dibagi menjadi 3 jenis yaitu:

- (1) *Staples*, yaitu barang-barang yang dibeli konsumen secara teratur seperti pasta gigi dan saos sambal
- (2) *Impulse products*, yaitu barang-barang yang dibeli konsumen tanpa ada perencanaan terlebih dahulu seperti coklat dan permen karet
- (3) *Emergency products*, yaitu barang-barang yang dibeli konsumen bila memiliki kebutuhan spesifik yang mendesak dan tak terduga seperti safety kit dan jas hujan

ii) **Barang Belanjaan (*shopping goods*)**

Barang belanjaan atau *shopping goods* merupakan jenis produk dimana konsumen membandingkan aspek kesesuaian, kualitas, harga dan gaya. *Shopping goods* dibagi menjadi 2 jenis yaitu:

- (1) *Homogeneous shopping product*, yaitu barang belanjaan yang dipersepsikan serupa dari segi kualitas oleh konsumen tetapi memiliki harga jual yang berbeda.
- (2) *Heterogeneous shopping products*, yaitu barang belanjaan yang aspek karakteristik dan fiturnya menjadi prioritas bagi konsumen dibanding dengan aspek harga.

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.



iii) Barang Khusus (*specialty goods*)

Barang khusus atau *specialty goods* adalah jenis barang yang memiliki karakteristik unik serta identifikasi merek yang cukup banyak sehingga pembeli bersedia melakukan pembelian khusus seperti *sportscar*

iv) Barang Tidak Terduga (*unsought goods*)

Barang tidak terduga atau *unsought goods* merupakan jenis barang yang tidak terpikirkan oleh konsumen untuk membeli seperti asuransi jiwa dan peti.

b) Barang Industri (*industrial goods*)

Barang industri atau *industrial goods* merupakan jenis barang yang perlu melewati pemrosesan terlebih dahulu sehingga mendapatkan nilai tambah. Industrial Goods dibagi menjadi 3 jenis yaitu:

(1) Bahan dan Bagian (*material and parts*)

Bahan dan bagian atau *material and parts* merupakan barang yang sepenuhnya masuk ke produk pabrikan. Jenis produk ini dibagi menjadi 2 kelas yaitu bahan baku (*raw materials*) dan bahan manufaktur & suku cadang (*manufacture materials & parts*).

(2) Barang Modal (*capital items*)

Barang modal atau *capital items* merupakan jenis barang yang bersifat tahan lama dan dapat memfasilitasi pengembangan atau pengelolaan produk jadi.

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.



(3) Persediaan dan Layanan Bisnis (*supply and business service*)

Persediaan dan layanan bisnis atau supply and business service merupakan jenis barang dan jasa yang bersifat jangka pendek dan memfasilitasi pengembangan atau pengelolaan produk jadi. Persediaan terdiri dari dua jenis yaitu barang untuk perawatan & perbaikan seperti sapu, dan perlengkapan seperti pensil.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.1.2 Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk menurut Kotler and Armstrong (2018:249), adalah sebuah karakteristik dari produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Pengertian kualitas produk lainnya disebutkan oleh Hutchin (2002:287) dalam Siregar and Hakim (2017), adalah kecocokan dan kesesuaian produk dengan spesifikasi dan standar yang berlaku, serta kemampuan produk untuk dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan biaya yang kompetitif.

Berdasarkan kedua definisi kualitas produk di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk dalam menunjukkan setiap fungsinya, sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan biaya yang kompetitif.

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.



b. Faktor-Faktor yang Dapat Mempengaruhi Kualitas Produk

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas produk menurut Risky Nurhayati dalam Galingging (2016), adalah sebagai berikut:

1) Kinerja Karyawan

Kinerja karyawan yang bertugas dalam perusahaan akan sangat memengaruhi secara langsung terhadap baik buruknya kualitas dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi sebuah perusahaan untuk mengadakan pelatihan pengembangan keterampilan, memberikan motivasi, dan kompensasi bagi setiap karyawan yang bekerja.

2) Manajemen

Tanggung jawab atas kualitas produk dalam perusahaan umumnya dibebankan kepada beberapa kelompok yang biasa disebut dengan *Group Function*. Oleh karena itu, penting bagi seorang manajer untuk melakukan koordinasi yang baik antara function grup dengan bagian-bagian lain dalam perusahaan tersebut, sehingga dapat tercipta iklim dan suasana kerja yang harmonis. Dengan iklim dan suasana kerja yang harmonis dan manajemen yang terkoordinasi dengan baik, diharapkan kualitas produk akan dapat meningkat.

3) Modal Kerja

Penting bagi setiap perusahaan untuk dapat menyediakan modal kerja yang cukup untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas

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.



produksinya. Misalnya untuk perawatan dan perbaikan mesin atau peralatan produksi.

4) Bahan Baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu terdapat beberapa hal terkait dengan pengendalian bahan baku yang harus diperhatikan seperti seleksi sumber dari bahan baku, pemeriksaan dokumen pembelian, pemeriksaan penerimaan bahan baku, serta penyimpanan.

5) Mesin dan Peralatan Produksi

Mesin dan peralatan produksi yang digunakan dalam proses produksi akan dapat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Mesin dan peralatan produksi yang sudah kuno dan tidak ekonomis akan menghasilkan kualitas produk dan efisiensi yang rendah. Sebaliknya, mesin dan peralatan produksi yang sudah modern akan menghasilkan kualitas produk yang lebih baik dan meningkatkan efisiensi.

c. Dimensi Pengukuran Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2016:134) dalam Sitorus, Maolana, dan Se (2019) dimensi dalam mengukur kualitas produk adalah sebagai berikut:

1) Kinerja (*performance*),

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Kinerja merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.

2) Fitur atau Ciri-Ciri Tambahan (*features*)

Fitur merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap produk yang ditawarkan.

3) Reliabilitas (*reliability*)

Reliabilitas merupakan kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.

4) Kesesuaian dengan Spesifikasi (*conformance to specifications*)

kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

5) Daya Tahan (*durability*)

Daya tahan berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.

6) Kemampuan Melayani (*serviceability*)

Serviceability meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi serta penanganan keluhan secara memuaskan.

7) Estetika (*esthetic*)

Estetika merupakan daya tarik produk terhadap panca indera.

8) Kualitas yang Dipersepsikan (*perceived quality*)

Kualitas yang dipersepsikan merupakan citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.1.3 Layanan

a. Pengertian Layanan

Layanan menurut Kotler and Keller (2016:422), adalah sebuah kegiatan yang tidak berwujud dan ditawarkan oleh seseorang kepada pihak lain tanpa adanya kepemilikan. Pengertian layanan lainnya disebutkan oleh Kasmir (2017:47) dalam Hayanti, Suryani, and Rozi (2019), adalah tindakan seseorang untuk memberikan kepuasan kepada orang lain.

Berdasarkan kedua definisi layanan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa layanan adalah sebuah kegiatan yang tidak berwujud yang ditawarkan oleh satu pihak untuk memberikan kepuasan pada pihak lain.

b. Karakteristik Layanan

Karakteristik layanan menurut Kotler and Keller (2016:424) adalah sebagai berikut:

1) Tidak Berwujud (*intangibility*)

Layanan tidak dapat dilihat dan dirasakan oleh pembeli seperti layaknya barang. Oleh karena itu, pembeli menarik kesimpulan atas kualitas layanan dari tempat, orang atau peralatan yang digunakan selama proses pembelian.

2) Tidak Terpisahkan (*inseparability*)

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.



Layanan diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan dan oleh karena itu tidak dapat dipisahkan.

3) Bervariasi (*variability*)

Layanan bervariasi karena memiliki sifat yang berubah-ubah sesuai dengan siapa yang menyediakan, kapan disediakan, dimana disediakan dan kepada siapa disediakan.

4) Tidak Dapat Disimpan (*perishability*)

Layanan tidak dapat disimpan dan digunakan untuk pemakaian ulang layaknya sebuah barang. Oleh karena itu, sangatlah sulit untuk memenuhi permintaan atas layanan yang bersifat fluktuatif

© 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.

2.1.4 Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan menurut Kotler and Keller (2016:156) adalah keseluruhan fitur atau karakter layanan yang dapat memenuhi kebutuhan yang dimiliki konsumen. Pengertian kualitas layanan lainnya disebutkan oleh Tasunar dalam Lesmana (2019) adalah suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap keterandalan (*excellence*) dan *sales counter* yang dilakukan oleh konsumen.



Berdasarkan kedua definisi kualitas layanan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah keseluruhan fitur atau karakter layanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diukur dengan membandingkan keterandalan (*excellence*) dan sales counter yang dilakukan oleh konsumen.

b. Dimensi Pengukuran Kualitas Layanan

Menurut Kotler and Keller (2016:442) terdapat 5 (lima) dimensi dalam mengukur kualitas pelayanan yaitu :

1) Keandalan (*Reliability*)

Reliability merupakan kemampuan sebuah perusahaan untuk memberikan atau menyediakan layanan yang dapat diandalkan dan sesuai dengan ekspektasi konsumen.

2) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bentuk atau tampilan fisik dari fasilitas, peralatan, penampilan karyawan yang menyediakan layanan

3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Ketanggapan karyawan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan terbaik

4) Jaminan (*Assurance*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Kemampuan dari karyawan untuk menyampaikan kepercayaan atas kualitas layanan yang baik kepada pelanggan.

5) Empati (*Empathy*)

Pemberian perhatian khusus oleh karyawan kepada pelanggan yang mendapatkan layanan

2.15 Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Oliver (1990) dalam Rifa'i (2019:56), adalah evaluasi perbedaan yang dirasakan oleh pelanggan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk. Pengertian kepuasan pelanggan lainnya disebutkan oleh Umar (2005:65) dalam Indrasari (2019:82), adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan apa yang ia terima dan harapannya.

Berdasarkan kedua definisi kepuasan pelanggan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan seorang pelanggan setelah membandingkan harapannya terhadap sebuah produk dengan kinerja aktual produk tersebut. Seorang pelanggan akan merasa puas apabila kinerja aktual produk melebihi harapan pelanggan terhadap produk tersebut.

b. Faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Faktor yang dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan menurut Indrasari (2019:87), adalah sebagai berikut:

1) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa puas apabila mereka menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk, tetapi dari nilai sosial yang membuat konsumen merasa puas terhadap merek tertentu.

4) Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama dengan harga yang relatif lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

5) Biaya

Pelanggan akan merasa puas apabila yang tidak harus mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan jasa pelayanan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



c. Indikator Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Hawkins dan Lonely yang dikutip oleh Tjiptono (2004:101) dalam Imansyah and Irawan (2018), indikator dalam mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1) Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- a) Produk yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b) Pelayanan oleh karyawan yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan

2) Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang di peroleh setelah mengkonsumsi produk.
- c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai

3) Kesediaan Merekomendasikan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga meliputi:

- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan akan ditampilkan pada tabel 2.2.

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Jurnal	Hasil
1	Zakaria dan Suwanto (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Taksi Blue Bird di Surabaya.	Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.6, No. 4, pp. 1-18.	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2	Imamsyah dan Irawan (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Karaoke Inul Vizta Tanjung.	Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, Vol. 4, No. 3, pp. 319-329	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3	Lesmana (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas	Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol. 2,	Kualitas produk dan kualitas pelayanan



		Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa.	No. 2, pp. 115-129.	berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
1	Harahap (2017)	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan	Jurnal Manajemen Tools, Vol. 7, No. 1, pp. 77-84.	Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

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

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler and Armstrong (2018:249), kualitas produk adalah sebuah karakteristik dari produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Teori ini ternyata juga mendukung penelitian Harahap (2017) dimana pada penelitian ini meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan dan hasil yang telah diteliti bahwa Apabila kualitas barang yang didapat oleh pelanggan sesuai atau bahkan melampaui dari apa yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa sangat puas terhadap produk tersebut dan besar kemungkinan bagi pelanggan tersebut untuk melakukan pembelian kembali. Sebaliknya apabila kualitas yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan, maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak akan membeli produk tersebut kembali. Dengan demikian, semakin berkualitas produk akan menyebabkan pelanggan semakin puas.

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.

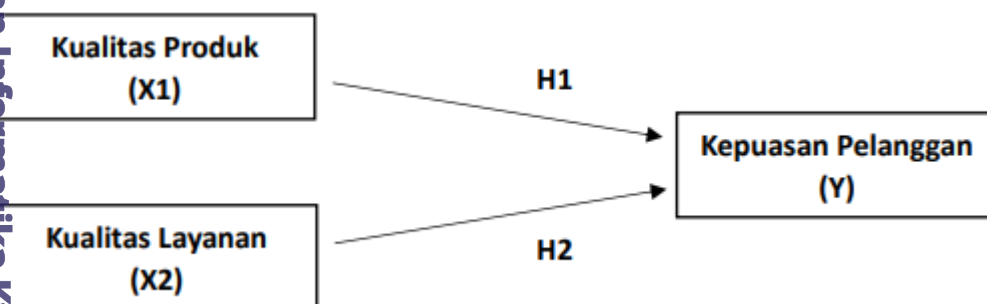
Sebaliknya, semakin tidak berkualitas produk akan mengakibatkan pelanggan semakin tidak puas.

2.3.2 Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler and Keller (2016:156), kualitas layanan adalah keseluruhan fitur atau karakter layanan yang dapat memenuhi kebutuhan yang dimiliki konsumen. Teori ini juga mendukung penelitian dari Imansyah dan Irawan (2018) yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karaoke Inul Vizta Tanjung dan ditemukan bahwa jika perusahaan memberikan kualitas layanan yang baik kepada pelanggan, maka pelanggan tersebut akan merasa puas dan besar kemungkinan bagi pelanggan tersebut untuk melakukan pembelian kembali. Sebaliknya, apabila perusahaan tidak memberikan kualitas layanan yang baik, pelanggan akan merasa kecewa dan tidak akan melakukan pembelian kembali. Dengan demikian, semakin berkualitas layanan akan menyebabkan pelanggan semakin puas. Sebaliknya, semakin tidak berkualitas layanan yang diberikan akan mengakibatkan pelanggan semakin tidak puas.

Gambar 2.1

Skema Kerangka Pemikiran



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.



2.4 Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah variabel kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang pernah melakukan pembelian di Burger King Lagoon Avenue, Bekasi Selatan.

3. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Cooper dan Schlinder (2017:96), rancangan dokumen yang disusun pada saat awal penelitian untuk melengkapi tujuan dan menjawab pertanyaan penelitian. Pendekatan penelitian yang akan digunakan dapat ditinjau dari berbagai perspektif sebagai berikut:

1. Tingkat Rumusan Masalah

BAB III

METODE PENELITIAN



Penelitian ini merupakan penelitian formal karena berawal dari adanya hipotesis atau pertanyaan yang melibatkan sumber data spesifik untuk menguji hipotesis dan menjawab seluruh pertanyaan penelitian yang telah diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuisioner yang berisi daftar pernyataan mengenai indikator-indikator dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan yang akan diisi oleh responden untuk kemudian dikumpulkan dan diolah peneliti.

3. Pengendalian Variabel oleh Peneliti

Peneliti tidak memiliki kendali atau memanipulasi variabel yang ada atau *ex post facto study*. Peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk penelitian sebab akibat atau kausal. Adapula tujuan peneliti yaitu ingin mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan sistem *cross sectional study*, atau hanya dilakukan satu kali mewakili satu periode waktu.

6. Cakupan Topik, Lebar dan Dalamnya Studi

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis penelitian kuantitatif atau studi statistik untuk membantu peneliti dalam menguji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji hipotesis.

7. Lingkungan Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Penelitian ini termasuk dalam penelitian kondisi lapangan yang objek dan subjek penelitiannya berada dalam satu lingkungan yang nyata dan sesuai dengan kondisi lapangan.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Penelitian ini bersifat mengikat pada jawaban dari subjek penelitian dengan tujuan agar peneliti dapat memahami hasil pengumpulan data dan menghindari persepsi negatif seperti penyimpangan di situasi sehari-hari terhadap penelitian yang sedang dilakukan.

3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Variabel menurut Sugiyono (2019:68), adalah atribut atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua variabel independen atau bebas dan satu variabel dependen atau terikat.

3.3.1 Variabel Independen

Variabel independen menurut Sekaran dan Bougie (2017: 79), adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif atau negatif. Dalam penelitian ini, variabel independen yang diteliti adalah:

a. Variabel Kualitas Produk (X₁)

Pengukuran variabel kualitas produk menurut Tjiptono (2016:134) dalam Sitorus, Maolana, and Se (2019) adalah melalui delapan dimensi kualitas produk dan butir pernyataan yang ditampilkan pada tabel 3.1 sebagai berikut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

Dimensi	Butir Pernyataan	Simbol	Skala
Kinerja (<i>performance</i>)	1. Burger King memberikan kemasan yang baik.	KP 1	Interval
Fitur atau Ciri-Ciri Tambahan (<i>features</i>)	2. Produk Burger King memiliki varian rasa yang menarik.	KP 2	Interval
Reliabilitas (<i>reliability</i>)	3. Produk Burger King diproduksi dengan tingkat kematangan yang baik.	KP 3	Interval
	4. Bahan baku yang digunakan oleh Burger King selalu dalam keadaan fresh dan layak saji.	KP 4	Interval
Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>conformance to specifications</i>)	5. Cita rasa produk Burger King selalu konsisten.	KP 5	Interval
	6. Ukuran pada produk Burger King selalu konsisten dan tidak berubah-ubah.	KP 6	Interval
Daya Tahan (<i>durability</i>)	7. Produk Burger King dapat bertahan dalam suhu ruangan lebih dari setengah hari.	KP 7	Interval
	8. Tingkat kerenyahan Ayam dan kelembutan Burger di Burger King dapat bertahan selama lebih setengah hari.	KP 8	Interval
Kemampuan Melayani (<i>serviceability</i>)	9. Burger King memberikan pelayanan yang cepat tanggap kepada pelanggan.	KP 9	Interval
	10. Burger King terbuka terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh setiap pelanggan.	KP 10	Interval
Estetika (<i>esthetic</i>)	11. Produk Burger King terlihat sangat menarik pada tampilan menu.	KP 11	Interval
	12. Cita rasa yang diberikan Burger King sesuai dengan harapan.	KP 12	Interval
Kualitas yang Dipersepsikan (<i>perceived quality</i>)	13. Burger King menyampaikan informasi produk dan promosi kepada pelanggan.	KP 13	Interval

© Hal ini adalah hak cipta 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.



©	14. Informasi produk yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan	KP 14	Interval
---	---	-------	----------

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini

b. Variabel Kualitas Layanan (X₂)

Pengukuran variabel kualitas layanan menurut Kotler and Keller (2016:442) adalah melalui lima indikator dan butir pernyataan yang ditampilkan pada tabel 3.2 sebagai berikut.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Dimensi	Butir Pernyataan	Simbol	Skala
<i>Reliability</i>	1. Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan pelayanan yang professional sesuai dengan yang keinginan pelanggan.	KL 1	Interval
	2. Pelayanan Burger King Lagoon Avenue dapat diandalkan sesuai dengan harapan pelanggan.	KL 2	Interval
<i>Tangibles</i>	3. Penampilan karyawan Burger King Lagoon Avenue terlihat rapi dan bersih	KL 3	Interval
	4. Peralatan dan fasilitas di Burger King Lagoon Avenue selalu terjaga kebersihannya.	KL 4	Interval
<i>Responsiveness</i>	5. Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan pelayanan dengan cepat kepada pelanggan.	KL 5	Interval
	6. Karyawan Burger King Lagoon Avenue cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang diajukan pelanggan.	KL 6	Interval
<i>Assurance</i>	7. Karyawan Burger King Lagoon Avenue mampu menjawab pertanyaan	KL 7	Interval

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.



<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p><i>Empathy</i></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	pelanggan mengenai menu yang ada.		
	8. Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan kesediaan untuk selalu membantu konsumen.	KL 8	Interval
	9. Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan perhatian kepada konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen.	KL 9	Interval
	10. Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan bantuan pelayanan kepada pelanggan yang berkebutuhan khusus.	KL 10	Interval

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini

3.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen Menurut Sugiyono (2019:69), adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan. Pengukuran variabel kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2004:101) dalam Imansyah and Irawan (2018) adalah melalui tiga indikator dan butir pernyataan yang ditampilkan pada tabel 3.3 di bawah ini.

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Dimensi	Butir Pernyataan	Simbol	Skala
Kesesuaian harapan	1. Kualitas produk yang diberikan oleh Burger King melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.	KP 1	Interval
	2. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Burger King	KP2	Interval

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.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>		melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.		
		3. Fasilitas yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.	KP 3	Interval
	Minat berkunjung kembali	4. Kualitas produk yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.	KP 4	Interval
<p>Kesediaan merekomendasikan</p>		5. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.	KP 5	Interval
		6. Fasilitas yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.	KP 6	Interval
		7. Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan kualitas produk yang baik.	KP 7	Interval
		8. Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan kualitas pelayanan yang baik.	KP 8	Interval
		9. Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan fasilitasnya yang memadai.	KP 9	Interval

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini

3. Teknik Pengambilan Sampel

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



3.4.1 Penentuan Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019:126), adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Populasinya dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di gerai Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.4.2 Penentuan Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2019:127), adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dimana anggota populasi tidak mendapatkan peluang yang sama untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2019:131) Penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2019:133) merupakan teknik pengambilan sampel yang melibatkan berbagai pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini kriteria responden yang dipilih adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di gerai Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan.

Ukuran sampel yang layak untuk digunakan dalam penelitian menurut Sugiyono (2019:144) adalah antara 30 hingga 100 responden. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang akan diambil adalah 160 responden. Jumlah tersebut berdasarkan hasil perhitungan rumus menurut Hair et Al dalam Triandewo and Yustine (2020) yang menyatakan bahwa jumlah minimum sampel yang sebaiknya dipakai adalah 10 kali dari jumlah indikator. Dikarenakan jumlah indikator dalam penelitian ini berjumlah 16, maka ukuran sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah 160 responden.

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



3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisioner yang akan diisi secara *online* oleh responden yang memenuhi kriteria berdasarkan teknik pengambilan sampel melalui *Google Form*. Pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner ini bersifat tertutup menggunakan skala *likert*. Penyebaran kuisioner ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Lalu, untuk jenis dan sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti adalah data primer. Data primer menurut Sugiyono (2019:193), adalah sumber data yang bersumber langsung dari observasi lapangan. Sumber data primer yang diperoleh peneliti berasal dari penyebaran kuisioner kepada responden yang memenuhi kriteria yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan melalui *Google Form*.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Kriteria uji validitas menurut Sugiyono (2019:175), yaitu sebuah variabel akan dinyatakan valid apabila instrumen tersebut dapat diterapkan untuk melakukan pengukuran terkait apa yang seharusnya diukur. Suatu kuisioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur oleh kuisioner tersebut. Uji validitas dengan aplikasi menggunakan teknik korelasi *Product Moment Peason* menerapkan rumus sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = besarnya korelasi
- n = jumlah sampel
- x = skor tiap pertanyaan
- y = skor total yang diperoleh

Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen adalah dengan mengkonsultasikan r_{xy} dengan tabel r dengan ketentuan taraf signifikan sebesar 5%. Jika didapatkan r_{xy} hitung $>$ r tabel, maka butir instrumen tersebut dapat dinyatakan valid, akan tetapi apabila r_{xy} hitung $<$ r tabel, maka butir instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3.6.2 Uji Reliabilitas

Kriteria uji reliabilitas menurut Ghazali (2019: 45), menyatakan bahwa suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* $>$ 0,7.

$$r_{11} = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2}\right)$$

Keterangan:

- r_{11} = nilai reliabilitas
- k = banyak butir pertanyaan
- $\sum Si$ = jumlah varians skor tiap-tiap *item*
- St^2 = varian total



3.6.3 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menurut Sugiyono (2019:206), adalah statistik yang diaplikasikan dengan tujuan untuk menganalisa suatu data dengan cara mendeskripsikannya atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa adanya maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Analisis deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Rata-Rata Hitung (*mean*)

Nilai dari rata - rata hitung diperoleh dari penjumlahan nilai yang diamati dalam suatu distribusi kemudian dibagi dengan jumlah data pengamatan. Rumus rata-rata hitung adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = rata-rata hitung

X_i = nilai data yang diamati

n = jumlah data pengamatan

b. Analisis Presentase

Analisis presentase dilakukan dengan tujuan mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase. Rumus yang diaplikasikan adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{fi}{\sum fi}$$

Keterangan:

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- P = persentase dari responden
- f_i = Jumlah responden kategori tertentu
- $\sum f_i$ = jumlah responden

c. Rentang Skala

Untuk mengukur posisi responden, akan diterapkan rentang skala dengan pemberian nilai skor pada setiap variabel, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$Range = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

- m = Nilai Tertinggi
- n = Nilai Terendah
- b = Jumlah kelas / banyaknya kategori

Nilai skor tertinggi sebesar 5, nilai skor terendah sebesar 1, jumlah kategori adalah 5, sehingga perhitungannya menjadi:

$$Range = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Tabel 3.5
Rentang Skala

Rentang Nilai	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju

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.



2,61 – 3,40	Cukup Setuju
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda menurut Ghozali (2016: 94), bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random atau stokastik yang berarti mempunyai distribusi probabilitas dan variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap dalam pengambilan sampel yang berulang.

A. Estimasi Persamaan Regresi

Rumus analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = B_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad (3.1)$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

B_0 = Konstanta

β_1 = Variabel bebas 1 (*green marketing*)

β_2 = Variabel bebas 2 (citra merek)

e = *Term of error*

Persamaan regresi (3.1) akan di estimasi dengan persamaan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2$$

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



Hak Cipta 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.

B. Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang akan dilakukan pada penelitian ini antara lain uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas menurut Ghozali (2018:161), bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Apabila nilai residual tidak mengikuti distribusi normal maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Uji normalitas non-parametik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) merupakan salah satu cara untuk menguji normalitas residual. Uji (K-S) dilakukan dengan membuat hipotesis:

- 1) H_0 : Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data residual berdistribusi normal.
- 2) H_a : Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data residual berdistribusi tidak normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2018:137), digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata



lain hasilnya homoskedastisitas dimana *variance* residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Kriteria uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila probabilitas $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Apabila probabilitas $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghazali (2018:107), bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ atau $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinearitas
- 2) Apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ atau $VIF > 10$, maka terdapat multikolinearitas.

C. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F menurut Ghazali (2018: 79), bertujuan untuk menunjukkan apakah model pada variabel independen dengan variabel dependen yang akan digunakan sesuai atau tidak. Hipotesis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah:

- 1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$
- 2) $H_a : \text{Paling sedikit ada atau } \beta_1 \neq 0 \text{ (} i = 1,2 \text{)}$

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika pada tingkat signifikansi yang ditentukan yaitu sebesar 5% ($\alpha: 0,05$) nilai probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima; Model regresi yang digunakan tidak



sesuai untuk memprediksi pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

2) Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak; Model regresi yang digunakan sesuai untuk memprediksi pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Pengujian Koefisien Regresi

1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji t menurut Ghazali (2018: 98), bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Hipotesis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah:

- 1) $H_0 : \beta_1 = 0$, Variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) $H_a : \beta_1 > 0$, Variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. ($i = 1,2$)

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila Sig (1-tailed) $< 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa variabel terbukti berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen
- 2) Apabila Sig (1-tailed) $> 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa variabel tidak terbukti berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji Koefisien Determinasi

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.



Koefisien determinasi (R^2) menurut Ghazali (2018: 97), bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 mendekati nol berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 mendekati angka satu, maka menunjukkan kekuatan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Burger King sendiri merupakan jaringan restoran spesialis hamburger terbesar kedua di Amerika Serikat. Burger King berdiri pada tahun 1954 oleh James W. Lamore dan David Edgerton di Miami, Amerika Serikat. Saat ini, Burger King telah memiliki kurang lebih 14.000 gerai restoran yang tersebar di hampir 100 negara di dunia.

Burger King masuk pertama kali ke Indonesia pada sekitar tahun 1980 an, namun sempat tutup beberapa tahun dan beroperasi kembali pada bulan April 2007 di Mall Senayan City, Jakarta Pusat. Menurut berita yang dikutip dari Kontan pada tanggal 2 September 2021, lisensi bisnis Burger King di bawah kepemilikan waralaba PT Sari Burger Indonesia, entitas usaha PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) dengan saham sebesar 33,52% dan QSR Indoburger sebesar 66,48%. Per September 2021, PT. Sari Burger Indonesia telah mengoperasikan sebanyak 174

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



gerai Burger King di Indonesia, salah satunya adalah Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan yang berdiri pada tahun 2018.

Burger King Lagoon Avenue sendiri berlokasi di Mall Lagoon Avenue, Blok GF No. 43 dan 44, Jalan K.H. Noer Alie, Bekasi Selatan. Burger King Lagoon Avenue memiliki dua area makan yakni indoor dan outdoor serta dilengkapi fasilitas *free wifi* yang diperuntukkan bagi para pelanggan.

Gambar 4.1

Logo Burger King



Sumber: Burger King Indonesia, 2020

4. Profil Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	118	73.8%
Wanita	42	26.3%
Total	160	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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



Berdasarkan Tabel 4.1, didapatkan total 160 responden yang terdiri dari 118

atau 73,8% responden Pria dan 42 atau 26,3% responden Wanita. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden Pria lebih besar dari responden Wanita yang mengisi kuesioner pada penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Usia Responden

Tabel 4.2

Profil Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Persentase
<17 Tahun	23	14,4%
17-24 Tahun	87	54,4%
25-32 Tahun	39	24,4%
33-40 Tahun	4	2,5%
>40 Tahun	7	4,4%
Total	160	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa responden terbesar dalam pengisian kuesioner penelitian ini, yaitu dikisaran 17-24 tahun senilai 87 responden (54,4%) sedangkan responden terkecil yang mengisi kuesioner ini di usia 33-40 tahun senilai 4 responden (2,5%)

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3

Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	65	40,6%
Karyawan	54	33,8%
Wiraswasta	22	13,8%
Ibu Rumah Tangga	7	4,4%
Lainnya	12	7,5%

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



Total	160	100%
-------	-----	------

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa responden terbesar dalam pengisian kuesioner penelitian ini adalah Pelajar / Mahasiswa dengan nilai 65 responden (40,6%) sedangkan responden terkecil yang mengisi kuesioner ini Ibu Rumah Tangga dengan 7 responden (4,4%).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

d. Kunjungan Responden

Tabel 4.4

Profil Responden Berdasarkan Kunjungan

Kunjungan	Jumlah	Persentase
< 1 Minggu yang lalu	17	10,6%
1-2 Minggu yang lalu	43	26,9%
3-4 Minggu yang lalu	38	23,8%
> 1 Bulan yang lalu	55	34,4%
Lainnya	7	4,4%
Total	160	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa responden terbesar dalam pengisian kuesioner penelitian ini adalah kunjungan > 1 Bulan yang lalu senilai 55 responden (34,4%). Sedangkan, responden terkecil yang mengisi kuesioner penelitian ini di kunjungan Lainnya senilai 7 responden (4,4%).

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Analisis Deskriptif

1. Analisis Variabel

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.



a. Analisis Variabel Kualitas Produk

Terdapat empat belas (14) indikator pertanyaan untuk variabel kualitas produk dalam kuesioner penelitian ini, perhitungan skor masing-masing indikator dilakukan dengan melakukan analisis variabel sebagai berikut:

Tabel 4.5
Skor Rata – Rata Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	Skor					RataRata
		STS	TS	CS	S	SS	
1	Burger King memberikan kemasan yang baik.	10	21	39	64	26	3,47
2	Produk Burger King memiliki varian rasa yang menarik.	8	18	50	52	32	3,51
3	Produk Burger King diproduksi dengan tingkat kematangan yang baik.	11	16	43	58	32	3,53
4	Bahan baku yang digunakan oleh Burger King selalu dalam keadaan fresh dan layak saji.	16	22	41	43	38	3,41
5	Cita rasa produk Burger King selalu konsisten.	9	24	46	51	30	3,43
6	Ukuran pada produk Burger King selalu konsisten dan tidak berubah-ubah.	15	21	44	53	27	3,35
7	Produk Burger King dapat bertahan dalam suhu ruangan lebih dari setengah hari.	18	26	41	42	33	3,29
8	Tingkat kerenyahan Ayam dan kelezatan Burger di Burger King dapat bertahan selama lebih setengah hari.	15	23	41	53	28	3,35
9	Burger King memberikan pelayanan yang cepat tanggap kepada pelanggan.	13	14	34	58	41	3,63
10	Burger King terbuka terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh setiap pelanggan.	13	18	37	52	40	3,55
11	Produk Burger King terlihat sangat menarik pada tampilan menu.	12	20	40	49	39	3,52
12	Cita rasa yang diberikan Burger King sesuai dengan harapan.	9	20	43	47	41	3,57

© 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.



13	Burger King menyampaikan informasi produk dan promosi kepada pelanggan.	8	16	40	54	42	3,66
14	Informasi produk yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan	11	22	37	49	41	3,54
Rata Rata Variabel Kualitas Produk							3,48

Sumber : Data Diolah,2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.5 diketahui bahwa skor rata rata dari 160 responden yang mengisi kuesioner penelitian ini adalah terhadap variabel kualitas produk adalah sebesar 3,48. Berarti, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden berada dikisaran setuju mengenai kualitas produk burger king di lagoon avenue Bekasi selatan.

b. Analisis Variabel Kualitas Layanan

Terdapat sepuluh (10) indikator pertanyaan untuk variabel kualitas layanan dalam kuesioner penelitian ini, perhitungan skor masing-masing indikator dilakukan dengan melakukan analisis variabel sebagai berikut:

Tabel 4.6
Skor Rata – Rata Variabel Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Skor					RataRata
		STS	TS	CS	S	SS	
1	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan pelayanan yang professional sesuai dengan yang keinginan pelanggan.	11	21	50	44	34	3,43
2	Pelayanan Burger King Lagoon Avenue dapat diandalkan sesuai dengan harapan pelanggan.	8	20	51	53	28	3,46
3	Penampilan karyawan Burger King Lagoon Avenue terlihat rapi dan bersih	11	21	40	46	42	3,54
4	Peralatan dan fasilitas di Burger King Lagoon Avenue selalu terjaga kebersihannya.	8	25	46	38	43	3,52
5	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan pelayanan dengan cepat kepada pelanggan.	18	31	24	49	38	3,36



6	Karyawan Burger King Lagoon Avenue cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang diajukan pelanggan.	19	24	42	40	35	3,3
7	Karyawan Burger King Lagoon Avenue mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai menu yang ada.	8	26	44	49	33	3,46
8	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan kesediaan untuk selalu membantu konsumen.	9	32	51	44	24	3,26
9	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan perhatian kepada konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen.	14	22	49	42	33	3,36
10	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan bantuan pelayanan kepada pelanggan yang berkebutuhan khusus.	10	22	43	57	28	3,44
Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan							3,41

Sumber : Data Diolah,2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.6 diketahui bahwa skor rata rata dari 161 responden yang telah mengisi kuesioner terhadap variabel kualitas layanan adalah sebesar 3,41. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden berada dikisaran setuju mengenai kualitas layanan Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan.

c. Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan

Terdapat sembilan (9) indikator pertanyaan untuk variabel kepuasan pelanggan dalam kuesioner ini, perhitungan skor masing-masing indikator dilakukan dengan melakukan analisis variabel sebagai berikut:

Tabel 4.7

Skor Rata – Rata Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Skor					RataRata
		STS	TS	CS	S	SS	
1	Kualitas produk yang diberikan oleh Burger King melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.	15	25	37	48	35	3,39



2	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Burger King melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.	11	20	49	44	36	3,46
3	Fasilitas yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.	14	18	44	45	39	3,48
	Kualitas produk yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.	9	24	46	42	39	3,49
	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.	13	23	47	42	35	3,39
	Fasilitas yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.	17	19	47	49	28	3,33
7	Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan kualitas produk yang baik.	9	19	52	47	33	3,48
8	Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan kualitas pelayanan yang baik.	8	25	46	47	34	3,46
9	Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan fasilitasnya yang memadai.	13	17	47	57	26	3,41
Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan							3,43

Sumber : Data Diolah,2022

Berdasarkan data pada tabel 4.7 diketahui bahwa skor rata rata dari 161 responden yang telah mengisi kuesioner terhadap variabel kinerja karyawan adalah sebesar 3,43. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden berada dikisaran setuju mengenai kepuasan pelanggan Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan .

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4.4 Hasil Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS Statistic 20. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 responden. Tujuan uji validitas ini dilakukan adalah agar dapat diukur valid atau tidaknya indikator-indikator yang ada dalam kuesioner yang menjadi sumber data penelitian. Penelitian ini menggunakan asumsi r tabel sebesar 0,361 dan jika r hitung lebih besar dari r tabel (0,361), maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Burger King memberikan kemasan yang baik.	0,703	0,361	VALID
2	Produk Burger King memiliki varian rasa yang menarik.	0,660	0,361	VALID
3	Produk Burger King diproduksi dengan tingkat kematangan yang baik.	0,584	0,361	VALID
4	Bahan baku yang digunakan oleh Burger King selalu dalam keadaan fresh dan layak pakai.	0,751	0,361	VALID
5	Rasa produk Burger King selalu konsisten.	0,690	0,361	VALID
6	Warna pada produk Burger King selalu konsisten dan tidak berubah-ubah.	0,511	0,361	VALID
7	Produk Burger King dapat bertahan dalam suhu ruangan lebih dari setengah hari.	0,707	0,361	VALID
8	Tingkat kerenyahan Ayam dan kelezatan burger di Burger King dapat bertahan selama lebih setengah hari.	0,811	0,361	VALID
9	Burger King memberikan pelayanan yang cepat tanggap kepada pelanggan.	0,790	0,361	VALID
10	Burger King terbuka terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh setiap pelanggan.	0,763	0,361	VALID
11	Produk Burger King terlihat sangat menarik pada tampilan menu.	0,592	0,361	VALID

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



12	Cita rasa yang diberikan Burger King sesuai dengan harapan.	0,821	0,361	VALID
13	Burger King menyampaikan informasi produk dan promosi kepada pelanggan.	0,679	0,361	VALID
14	Informasi produk yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan	0,855	0,361	VALID

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas dari nilai *Corrected item-total correlation* variabel produk pada data tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dianggap valid karena r hitung berada diatas 0,361.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan pelayanan yang professional sesuai dengan yang keinginan pelanggan.	0,779	0,361	VALID
2	Pelayanan Burger King Lagoon Avenue dapat diandalkan sesuai dengan harapan pelanggan.	0,779	0,361	VALID
3	Penampilan karyawan Burger King Lagoon Avenue terlihat rapi dan bersih	0,863	0,361	VALID
4	Peralatan dan fasilitas di Burger King Lagoon Avenue selalu terjaga kebersihannya.	0,746	0,361	VALID
5	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan pelayanan dengan cepat kepada pelanggan.	0,892	0,361	VALID
6	Karyawan Burger King Lagoon Avenue cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang diajukan pelanggan.	0,857	0,361	VALID
7	Karyawan Burger King Lagoon Avenue mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai menu yang ada.	0,782	0,361	VALID
8	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan kesediaan untuk selalu membantu konsumen.	0,810	0,361	VALID

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

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Kualitas Layanan
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.



9	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan perhatian kepada konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen.	0,862	0,361	VALID
10	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan bantuan pelayanan kepada pelanggan yang berkebutuhan khusus.	0,727	0,361	VALID

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas dari nilai *Corrected item-total correlation* variabel kualitas layanan pada data tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dianggap valid karena r hitung berada diatas 0,361.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kualitas produk yang diberikan oleh Burger King melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.	0,907	0,361	VALID
2	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Burger King melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.	0,742	0,361	VALID
3	Fasilitas yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.	0,844	0,361	VALID
4	Kualitas produk yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.	0,920	0,361	VALID
5	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.	0,863	0,361	VALID
6	Fasilitas yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.	0,804	0,361	VALID
7	Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue	0,830	0,361	VALID



	dikarenakan kualitas produk yang baik.			
8	Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan kualitas pelayanan yang baik.	0,827	0,361	VALID
9	Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan fasilitasnya yang memadai.	0,777	0,361	VALID

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas dari nilai *Corrected item-total correlation* variabel kepuasan pelanggan pada tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dianggap valid karena r hitung berada diatas 0,361.

b. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji reliabilitas dengan total 30 responden dari kuesioner yang telah diisi. Hasil uji reliabilitas terlampir dalam tabel 4.11 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk

Variabel	Cronbach Alpha (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	0,923	0,70	RELIABEL
Kualitas Layanan	0,940	0,70	RELIABEL
Kepuasan Pelanggan	0,945	0,70	RELIABEL

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas menunjukkan hasil uji realibilitas dan berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang mempunyai nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,70 sehingga dapat dinyatakan

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.



bahwa ketiga variabel tersebut adalah realibel dan layak dipergunakan untuk penelitian ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

c. Hasil Estimasi Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil analisis uji pengaruh variabel kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui uji estimasi persamaan regresi linier berganda akan ditampilkan pada Gambar 4.12 di bawah ini.

Tabel 4.12
Hasil Estimasi Persamaan Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>
	B
Konstanta (<i>Constant</i>)	3,603
Kualitas Produk	0,272
Kualitas Layanan	0,410

Berdasarkan pada tabel 4.12 diatas menunjukkan hasil estimasi persamaan regresi linier berganda yaitu $\hat{Y} = 3,603 + 0,272 X_1 + 0,410 X_2$.

Interpretasinya adalah sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta sebesar 3,603 menandakan apabila nilai kualitas produk dan kualitas layanan adalah sebesar 0, maka kepuasan pelanggan akan bernilai 3,603.

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



- b) Nilai variabel kualitas produk sebesar 0,272 menandakan apabila variabel Kualitas Produk mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,272.
- c) Nilai variabel kualitas layanan sebesar 0,410 menandakan apabila variabel kualitas layanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan karyawan akan mengalami peningkatan sebesar 0,410.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

d. Pengujian Asumsi Klasik

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Asumsi		Sig.	VIF	Keterangan
Normalitas		0,825	-	NORMAL
Heterokedastisitas	KP	0,070	-	Tidak terjadi Heterokedastisitas
	KL	0,668	-	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Multikolinieritas	KP	-	1,828	Tidak Terjadi Multikolinieritas
	KL	-	1,828	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data Diolah,2022

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Uji Normalitas

Berdasarkan pada data Tabel 4.13, dapat diketahui bahwa nilai Asym.Sig.(2-tailed) sebesar 0,825, terbukti karena karena nilai sig lebih besar dari



0,05 ($0,825 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini memenuhi syarat normalitas dan dapat dikatakan data residual berdistribusi normal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan pada data Tabel 4.13, dapat diketahui bahwa nilai sig dari variabel Kualitas Produk sebesar $0,070 > 0,05$, dan nilai sig dari variabel Kualitas Layanan sebesar $0,668 > 0,05$. Karena semua nilai sig. pada setiap variabel diatas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

3. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan pada data Tabel 4.13, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Layanan memiliki nilai VIF yang sama yaitu $1,828 < 10$ dan *tolerance* memiliki nilai yang sama yaitu $0,547 > 0,10$, pada bagian *Standardized Coefficients* kualitas produk memiliki nilai beta $0,272 < 0,410$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

e. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)

Tabel 4.14
Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F)

F	Sig.
94,300	0,000...

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.

Sumber : Data Diolah,2022

Berdasarkan Tabel 4.14 diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan nilai F hitung $94,300 > F$ tabel 2,158 (3,05) maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan sangat berpengaruh secara simultan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

f. Pengujian Koefisien Regresi

1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Tabel 4.15

Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Variabel	Koefisien Regresi	Sig. (1-tailed)
Kualitas Produk	5,008	0,000...
Kualitas Layanan	6,086	0,000...

Sumber : Data Diolah,2022

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai koefisien regresi $>$ nilai distribusi t tabel ($5,008 > 1,286$) dengan signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$) berdasarkan koefisien regresi bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel Kualitas Layanan



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.



memiliki nilai koefisien regresi > nilai distribusi t tabel ($6,086 > 1,286$) dengan signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan atau positif terhadap kepuasan pelanggan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

2. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

R^2
0,546

Sumber : Data Diolah,2022

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui nilai R^2 adalah $0,546 \times 100\% = 54,6\%$ yang artinya bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh sebesar 54,6% terhadap kepuasan pelanggan, dan sebagian besar lainnya 45,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

4. Pembahasan

Pembahasan berisi rangkuman hasil yang disajikan secara ringkas padat serta menjelaskan hasil penelitian terutama terkait temuan-temuan penelitian serta membandingkan hasil yang diperoleh dengan hipotesis dan penelitian terdahulu.



A. Profil Responden

Penelitian ini melibatkan 160 orang responden yaitu seluruh konsumen yang pernah membeli Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan. Berikut adalah rangkuman mengenai profil responden yang terlibat dalam penelitian ini:

1) Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelaminnya, mayoritas responden berjenis kelamin pria dengan presentase 73,8% atau 118 responden, sementara sisanya yaitu 26,3% atau 42 orang responden adalah kaum wanita. Sehingga, dapat dikatakan bahwa rata-rata pelanggan atau konsumen yang membeli produk Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan ialah berjenis kelamin pria lebih banyak dibandingkan wanita.

2) Profil Responden berdasarkan Usia

Berdasarkan usia, mayoritas responden berusia 17-24 tahun dengan persentase 54,4% atau 87 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa, rata-rata konsumen atau pelanggan yang membeli produk Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan. lebih dominan pada usia 17-24 tahun.

3) Profil Responden berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden adalah Pelajar / Mahasiswa dengan persentase 40,6% atau 65 responden. Sehingga dapat diklasifikasikan bahwa rata-rata konsumen atau pelanggan yang membeli produk Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan. Merupakan Pelajar / Mahasiswa.



4) Profil Responden berdasarkan Kunjungan

Berdasarkan kunjungan, mayoritas responden telah berkunjung di Burger king Lagoon Avenue, Bekasi Selatan selama > 1 bulan yang lalu dengan persentase 34,4% atau 55 responden. Sehingga dapat di klasifikan bahwa rata-rata konsumen atau pelanggan yang membeli produk Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan. Merupakan konsumen yang berkunjung > 1 bulan yang lalu.

B. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil dari uji signifikan parameter individual (uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 5,008. Dikarenakan nilai t hitung > t Tabel yaitu 1,975 maka H_1 diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh yang positif antara variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zakaria dan Suwitho (2019) dengan subjek penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Blue Bird di Surabaya. dengan hasil penelitian kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan maupun penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2017) dengan subjek penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan dengan hasil yang sama yaitu

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk menurut Kotler and Armstrong (2018:249), adalah sebuah karakteristik dari produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Berdasarkan nilai rata-rata kuesioner variabel kualitas produk dari 160 responden menghasilkan nilai rata-rata yang baik yakni 3,48 dengan selang kepercayaan 95%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dengan keyakinan 95%, responden setuju terhadap butir-butir pernyataan pada variabel kualitas produk.

C. Pengaruh Kualitas Layanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil dari uji signifikan parameter individual (uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 6,086. Dikarenakan nilai t hitung > t Tabel yaitu 1,975 maka H₂ diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan atau positif antara variabel kualitas layanan (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imansyah dan Irawan (2018) dengan subjek penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Karaoke Inul Vista Tanjung dengan hasil penelitian Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan maupun penelitian yang dilakukan oleh Lesmana (2019) dengan subjek penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. Dengan hasil yang sama yaitu kualitas produk

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan menurut Kotler and Keller (2016:156) adalah keseluruhan fitur atau karakter layanan yang dapat memenuhi kebutuhan yang dimiliki konsumen. Berdasarkan nilai rata-rata kuesioner variabel kualitas layanan dari 160 responden menghasilkan nilai rata-rata yang baik yakni 3,41 dengan selang kepercayaan 95%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dengan keyakinan 95%, responden setuju terhadap butir-butir pernyataan pada variabel kualitas layanan.

D. Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil uji koefisien determinasi (R^2), dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 54,6% sedangkan untuk sisanya yaitu 45,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.



BAB V SIMPULAN DAN SARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan peneliti pada bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Burger King Lagoon Avenue, Bekasi Selatan. Yang berarti bahwa, semakin berkualitas produk yang diberikan maka pelanggan akan semakin puas. Sebaliknya, semakin tidak berkualitas produk maka pelanggan akan semakin tidak puas.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Burger King Lagoon Avenue, Bekasi Selatan. Yang berarti bahwa, semakin berkualitas layanan yang diberikan maka pelanggan akan semakin puas. Sebaliknya, semakin tidak berkualitas layanan maka pelanggan akan semakin tidak puas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti mempunyai saran 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.



1. Bagi perusahaan

a. Untuk Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan agar lebih meningkatkan kualitas produk yang disajikan kepada konsumen. Seperti, Produk makanan dan minuman Burger King dapat bertahan lebih lama agar konsumen lebih leluasa menikmati Burger King dalam situasi apapun, dimanapun dan kapanpun.

b. Untuk Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan sebaiknya mempertahankan kualitas layanannya. Yakni, pelayan harus lebih sigap dalam memberikan kesediaan diri untuk membantu konsumen agar konsumen merasa diperhatikan dan timbulnya rasa puas konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Saran yang dapat diberikan bagi peneliti selanjutnya adalah untuk bisa mengembangkan penelitian dengan menambahkan variable lain yaitu citra merek, promosi, dan iklan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, agar dapat mencakup variabel yang mencakup luas dan juga bermanfaat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



DAFTAR PUSTAKA



1. Buku dan Jurnal

- Cooper, D.R. & P.S, Schindler. (2017), *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Ghozali, Imam. (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harsanto, (2017), 'Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Martabak Mas Ipung di Perumahan Plamongan Indah Semarang' *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 6, no. 3, pp. 340-351., diakses 24 Maret 2022
- Harahap, (2017), 'Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan' *Jurnal Manajemen Tools*, Vol. 7, No. 1, pp. 77-84., diakses 24 Maret 2022
- Imansyah, Irawan. (2018), 'Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Karaoke Inul Vizta Tanjung' *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol. 4, No. 3, pp. 319-329., diakses 24 Maret 2022
- Kotler, Philip. & Amstrong, Garry. (2018). *Principles Of Marketing*, Edisi:17, United Kingdom: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip. & Amstrong, Garry. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi:12, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. & Kevin Lane, Keller. (2016), *Marketing Manajemen*, Edisi:15, Jakarta: Erlangga
- Lesmana, (2019), 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa' *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 2, No. 2, pp. 115-129., diakses 24 Maret 2022
- Soegiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabetta
- Tjiptono, (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi
- Zakaria, dan Suwitho. (2019), 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Blue Bird di Surabaya' *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.6, No. 4, pp. 1-18., diakses 24 Maret 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



2. Karya Akhir

Galunggung, Atika Rahmi (2016), Skripsi: *Pengaruh Kualitas Produk dan Hargaterhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Im3 pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area*, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Universitas Medan Area.

Haryanti, (2019), Skripsi: *Pengaruh Kualitas Pelayanan Citra Sekolah dan Emosional terhadap kepuasan peserta didik kelas XI di SMK Taman Siswa Banjarnegara*, Kecamatan Gunungpati, Kabupaten Semarang, Universitas Negeri Semarang.

3. Internet

Badan Pusat Statistik, 2021, *Pertumbuhan Industri Penyediaan Akomodasi Makanan dan minuman dalam PDRB berdasarkan harga konstan Menurut Lapangan Usaha Kota Bekasi 2015-2020*, <https://bekasikota.bps.go.id/indicator/11/50/2/pdrb-menurut-lapangan-usaha.html>, diakses 24 Maret 2022

Pusparisa, Mutia. 2021. *Skor Indeks Merek Makanan Cepat Saji di Indonesia Tahun 2021*. YouGov. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/23/inilah-merek-cepat-saji-terbaik-di-indonesia-pada-2021-mana-kesukaanmu>, diakses 24 Maret 2022

LAMPIRAN

© 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.





Lampiran 1 – PERSENTASE RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN, USIA, PEKERJAAN, KUNJUNGAN.

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

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	118	73.8	73.8	73.8
	Wanita	42	26.3	26.3	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<17 Tahun	23	14.4	14.4	14.4
	17-24 Tahun	87	54.4	54.4	68.8
	25-32 Tahun	39	24.4	24.4	93.1
	33-40 Tahun	4	2.5	2.5	95.6
	>40 Tahun	7	4.4	4.4	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar / Mahasiswa	65	40.6	40.6	40.6
	Karyawan	54	33.8	33.8	74.4
	Wiraswasta	22	13.8	13.8	88.1
	Ibu Rumah Tangga	7	4.4	4.4	92.5
	Lainnya	12	7.5	7.5	100.0
	Total	160	100.0	100.0	



©

Kunjungan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<1 Minggu yang lalu	17	10.6	10.6	10.6
1-2 Minggu yang lalu	43	26.9	26.9	37.5
3-4 Minggu yang lalu	38	23.8	23.8	61.3
>1 Bulan yang lalu	55	34.4	34.4	95.6
Lainnya	7	4.4	4.4	100.0
Total	160	100.0	100.0	

Lampiran 2 – KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN BURGER KING LAGOON AVENUE DI BEKASI SELATAN”

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam !

Yth.

Saudara/saudari Pelanggan Burger King Lagoon Avenue

Dengan Hormat,

Perkenalkan, nama saya Maurich Totti, mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie jurusan ilmu administrasi bisnis. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian akhir dengan judul " Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan. " Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur. Saya

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



sebagai peneliti akan menjamin kerahasiaan data yang saudara/saudari berikan dan data hanya digunakan untuk kepentingan penelitian semata. Atas ketersediaan waktu 10-15 menit dan kerja sama teman-teman dalam mengisi form kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih!

Hormat saya,
Maurice Totti

Petunjuk pengisian:

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon bapak/ibu/saudara/i membaca pertanyaan dengan cermat.
2. Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang menurut saudara/saudari paling sesuai.
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Mohon menjawab setiap pertanyaan tanpa ada yang terlewat.

Keterangan:

- 1 = Sangat Tidak setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Cukup Setuju (CS)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Identitas responden

Nama : _____

Jenis Kelamin : Pria Wanita

Usia : < 17 tahun
 17-24 tahun
 25-32 tahun
 33-40 tahun
 > 40 tahun

Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jl. Geger Maja No. 100, Kota Dili, Undang-Undang

Ditaring 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.



Kapan terakhir kali anda membeli Makanan / minuman di Burger King :

- Karyawan
 - Wiraswasta
 - Ibu rumah tangga
 - Lainnya _____
-
- Pelajar/Mahasiswa
 - Karyawan
 - Wiraswasta
 - Ibu rumah tangga
 - Lainnya _____

KUESIONER

1. Kualitas Produk (X₁)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	CS	S	SS
1	Burger King memberikan kemasan yang baik.					
2	Produk Burger King memiliki varian rasa yang menarik.					
	Produk Burger King diproduksi dengan tingkat kematangan yang baik.					
	Bahan baku yang digunakan oleh Burger King selalu dalam keadaan fresh dan layak saji.					
	Cita rasa produk Burger King selalu konsisten.					
	Ukuran pada produk Burger King selalu konsisten dan tidak berubah-ubah.					
	Produk Burger King dapat bertahan dalam suhu ruangan lebih dari setengah hari.					
	Tingkat kerenyahan Ayam dan kelezatan Burger di Burger King dapat bertahan selama lebih setengah hari.					
	Burger King memberikan pelayanan					

- 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.



	yang cepat tanggap kepada pelanggan.					
10	Burger King terbuka terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh setiap pelanggan.					
11	Produk Burger King terlihat sangat menarik pada tampilan menu.					
12	Cita rasa yang diberikan Burger King sesuai dengan harapan.					
13	Burger King menyampaikan informasi produk dan promosi kepada pelanggan.					
14	Informasi produk yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Kualitas Layanan (X2)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	CS	S	SS
1	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan pelayanan yang professional sesuai dengan yang keinginan pelanggan.					
2	Pelayanan Burger King Lagoon Avenue dapat diandalkan sesuai dengan harapan pelanggan.					
3	Penampilan karyawan Burger King Lagoon Avenue terlihat rapi dan bersih					
4	Peralatan dan fasilitas di Burger King Lagoon Avenue selalu terjaga kebersihannya.					
5	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan pelayanan dengan cepat kepada pelanggan.					
6	Karyawan Burger King Lagoon Avenue cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang diajukan pelanggan.					
7	Karyawan Burger King Lagoon Avenue mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai menu yang ada.					
8	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan kesediaan untuk selalu membantu konsumen.					
9	Karyawan Burger King Lagoon Avenue					

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.



C	memberikan perhatian kepada konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen.					
10	Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan bantuan pelayanan kepada pelanggan yang berkebutuhan khusus.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Kualitas produk yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.					
2	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.					
3	Fasilitas yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.					
4	Kualitas produk yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.					
5	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.					
	Fasilitas yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.					
	Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan kualitas produk yang baik.					
	Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan kualitas pelayanan					

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.



	yang baik.					
9	Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan fasilitasnya yang memadai.					

Lampiran 3 – DATA HASIL UJI PRA-KUESIONER (30 RESPONDEN)

1. Kualitas Produk

Responden	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	KP11	KP12	KP13	KP14
1	3	3	3	3	4	5	2	4	3	5	3	4	3	
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	5	5	3	3	5	5	3	5	3	3	5	3	
4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5
6	3	4	5	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5
7	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4
10	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	3	5	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
16	4	5	4	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2	4
17	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
18	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
19	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5
20	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	3	3
21	4	4	5	3	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4
22	3	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3
23	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5
24	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan 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.



25	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
26	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	5	4	4	4
27	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
28	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4
29	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
30	5	4	5	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	4	4

2. Kualitas Layanan

Responden	KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	KL9	KL10
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5
4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
6	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
10	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	3	4	5	4	5	5	4	3	1
15	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
17	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
18	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
19	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
20	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4
23	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5
24	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4

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



25	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
28	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	5	4	5	4	4	3	5	3	4	4

3. Kepuasan Pelanggan

Responden	KPS1	KPS2	KPS3	KPS4	KPS5	KPS6	KPS7	KPS8	KPS9
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	3	4	5	4	3	4	5
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
6	5	4	5	4	4	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4	3	3	3	3
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	5	4	5	4	4	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	5	4	4	4	4	5	4	4
15	3	3	3	3	2	3	3	4	2
16	4	3	4	5	4	5	5	5	5
17	5	5	4	5	5	4	4	4	4
18	5	4	5	5	5	4	5	5	4
19	4	4	3	4	4	3	5	5	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	4
21	4	3	4	4	4	4	4	4	4
22	3	3	4	3	3	3	4	3	4
23	4	5	4	5	5	4	5	4	4

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



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

24	5	4	4	4	4	5	4	4	4
25	4	3	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	4	4	4
27	5	4	4	5	5	4	4	5	5
28	5	4	5	5	4	5	5	4	5
29	5	4	5	5	4	4	5	5	4
30	3	2	4	3	4	5	4	4	5

Lampiran 4 – HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Kualitas Produk

a. Uji Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	54.30	55.872	.659	.917
KP2	54.53	54.602	.595	.919
KP3	54.47	56.878	.525	.921
KP4	54.43	54.530	.707	.916
KP5	54.57	54.323	.631	.918
KP6	54.77	56.185	.423	.925
KP7	54.57	54.116	.650	.917
KP8	54.83	51.661	.765	.913
KP9	54.57	52.599	.744	.914
KP10	54.67	52.989	.712	.915
KP11	54.50	55.086	.514	.922
KP12	54.63	52.033	.780	.912
KP13	54.60	55.007	.623	.918
KP14	54.53	52.602	.825	.911

b. Uji Reliabilitas



Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	14

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Kualitas Layanan

a. Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KL1	37.93	36.064	.733	.936
KL2	38.27	35.237	.726	.935
KL3	38.07	34.133	.826	.931
KL4	38.13	35.499	.685	.937
KL5	38.23	34.392	.865	.929
KL6	38.13	33.568	.815	.931
KL7	38.30	34.976	.727	.935
KL8	38.17	34.557	.760	.934
KL9	38.23	33.840	.823	.931
KL10	38.13	34.464	.646	.941

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	10

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.



3. Kepuasan Pelanggan

a. Uji Validitas

©

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPS1	33.07	28.547	.877	.934
KPS2	33.40	29.903	.667	.946
KPS3	33.23	29.771	.802	.938
KPS4	33.10	28.507	.895	.933
KPS5	33.20	29.062	.821	.937
KPS6	33.27	29.926	.751	.941
KPS7	33.10	29.403	.781	.939
KPS8	33.13	29.913	.780	.939
KPS9	33.17	29.799	.713	.943

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	9

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

1. Diarangkan 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.

Lampiran 5 – DATA HASIL KUESIONER (160 RESPONDEN)

DATA HASIL KUESIONER

(160 RESPONDEN)

1. Kualitas Produk

Responden	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	KP11	KP12	KP13	KP14
1	4	5	4	5	4	4	5	3	3	4	3	4	4	4
2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
4	3	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
6	3	3	4	3	5	3	5	5	5	5	5	3	3	3
7	3	3	5	5	5	4	3	4	4	5	3	5	4	5
8	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
9	3	4	3	2	4	5	3	3	3	4	2	3	4	2
10	4	5	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4
11	2	4	4	2	4	1	1	2	1	1	1	2	1	1
12	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
13	3	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
14	4	1	4	1	4	2	4	1	5	2	3	1	4	2
15	2	3	4	5	4	3	2	1	2	3	4	5	4	3
16	3	4	2	4	5	5	1	4	2	1	3	4	5	1
17	3	2	3	4	3	2	3	4	5	1	2	4	2	5
18	5	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4
19	4	5	4	3	3	5	4	4	5	5	4	5	4	4
20	3	3	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5
21	1	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
22	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	2	1	1
23	2	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2
24	5	5	3	5	2	1	2	1	3	4	5	2	1	2
25	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4
26	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	3	2	3
27	4	4	2	3	2	4	1	4	1	3	4	4	5	4
28	4	4	3	3	4	3	4	5	2	2	3	3	4	4
29	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	5
30	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4
31	3	3	4	4	3	2	5	1	3	5	2	4	3	5
32	3	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
33	5	5	1	1	3	4	2	4	1	4	5	4	3	1
34	3	3	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	5
35	3	3	4	2	3	2	1	4	5	1	2	4	3	4

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruhnya, atau membuat karya tulis atau tanpa izin BIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



36	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4
37	1	4	5	1	2	1	3	4	1	4	5	5	4	3
38	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5
39	2	4	5	4	2	1	2	4	5	4	1	3	4	1
40	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4
41	4	5	4	3	5	3	1	4	4	4	1	3	4	5
42	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
43	5	2	1	2	1	1	2	4	3	3	5	3	2	2
44	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4
45	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4
46	3	4	3	4	2	4	3	1	3	4	4	1	5	1
47	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4
48	2	4	5	2	4	3	5	2	1	4	5	3	4	3
49	2	3	5	5	3	3	4	2	4	1	2	3	4	5
50	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4
51	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5
52	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	5	5
53	4	5	3	4	4	1	1	4	5	5	5	5	4	3
54	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5
55	2	3	4	5	4	3	2	4	3	4	3	4	5	4
56	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5
57	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4
58	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	3	4	3	4
59	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	5
60	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
61	4	4	3	4	5	3	4	3	4	4	3	5	5	3
62	4	4	3	2	3	3	2	3	4	3	4	4	3	2
63	5	4	3	4	4	4	5	3	5	4	4	3	5	4
64	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
65	3	4	4	4	3	4	3	5	3	5	4	5	4	4
66	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5
67	4	4	3	4	5	4	3	4	4	5	5	3	4	4
68	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	5
69	3	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5
70	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	5	4	5
71	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3
72	4	4	3	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4
73	5	5	3	4	3	4	2	3	1	3	4	3	4	3
74	5	5	1	3	4	1	5	4	4	5	3	4	4	4
75	3	3	4	5	4	3	4	2	2	3	3	3	3	4
76	2	2	3	4	5	3	3	4	4	3	4	5	4	4
77	3	3	4	3	1	2	1	3	4	5	4	4	5	4
78	4	4	3	3	4	3	3	2	5	4	5	4	4	4

Hak Cipta Milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

a. Berupa nama, foto, kesetiaan, pendirian, dan sebagainya.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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



79	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3	3	4	5
80	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	2	3
81	4	3	3	4	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3
82	4	3	4	5	4	3	4	4	3	2	4	1	3	2
83	4	1	4	2	4	3	1	4	2	5	2	5	2	5
84	4	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3
85	5	5	4	4	3	4	2	3	3	4	4	5	5	4
86	4	3	2	3	2	4	1	1	4	5	2	2	3	4
87	4	2	4	3	4	4	5	2	3	2	4	3	4	4
88	4	2	3	3	4	4	5	5	4	4	3	3	2	2
89	3	4	4	3	2	3	2	3	1	3	1	2	1	4
90	4	3	4	3	4	3	4	2	1	1	2	2	4	5
91	4	3	4	2	3	4	5	3	4	4	4	3	5	4
92	4	3	4	2	3	4	5	5	4	4	3	4	4	4
93	4	3	4	5	4	5	3	4	4	3	5	4	4	4
94	4	5	4	4	3	4	3	2	4	3	5	4	3	3
95	3	4	2	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	3
96	4	5	4	3	1	1	2	3	4	3	4	4	3	4
97	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	5	5	5	5
98	4	3	4	5	4	5	3	4	4	3	5	4	3	4
99	3	4	5	4	3	4	3	5	5	4	1	2	3	4
100	5	4	4	1	1	4	5	5	4	2	2	4	5	2
101	3	4	2	3	4	3	5	4	3	4	5	3	4	5
102	4	3	4	5	2	3	1	1	4	4	4	5	4	4
103	4	2	4	5	3	4	5	4	4	2	4	5	4	3
104	4	5	1	1	4	5	1	1	4	5	1	1	4	5
105	3	4	3	4	4	3	4	2	3	4	3	4	3	3
106	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	3
107	2	2	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	2
108	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
109	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
110	5	5	4	3	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4
111	3	3	5	5	3	1	2	5	3	5	1	2	5	3
112	3	3	2	4	5	3	4	2	5	3	4	2	5	3
113	4	4	3	5	4	3	2	3	4	5	5	3	2	1
114	5	5	3	5	1	1	1	2	2	2	3	5	5	3
115	4	4	5	5	3	2	3	2	3	2	3	2	4	5
116	4	4	5	4	2	2	3	3	4	4	5	3	5	5
117	3	3	3	5	3	2	3	4	4	5	3	5	3	5
118	5	5	2	2	4	4	3	5	5	5	3	1	1	4
119	5	5	2	5	3	4	3	5	4	3	5	4	3	2
120	3	3	1	3	5	3	3	2	3	4	4	5	3	3
121	2	2	3	1	2	3	3	5	5	3	2	3	5	3

Hak Cipta dan Informasi
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan sumber:
 a. Penulisan karya tulis dan pendisain Kritik dan timbuan suadi masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mempergunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Kualitas Layanan

©

Responden	KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	KL9	KL10
1	5	4	5	4	4	3	5	3	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	3	5	4	5	4	3	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	3	4	4	3	2	5	4	3	3	4
10	4	4	4	3	5	4	4	3	5	5
11	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2
12	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
13	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
14	1	5	4	3	1	4	2	3	1	4
15	2	1	2	3	4	5	4	3	2	1
16	2	4	3	5	1	3	2	4	3	5
17	3	2	1	4	2	3	4	2	3	1
18	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5
19	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
20	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4
21	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4
22	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
23	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5
24	1	4	5	3	2	4	3	1	1	3
25	3	4	4	4	3	4	2	2	3	4
26	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4
27	3	1	4	2	2	2	3	2	2	2
28	4	4	3	3	4	5	2	5	4	3
29	3	3	4	3	4	2	2	3	4	4
30	4	4	5	3	4	5	4	3	3	4
31	4	5	3	2	1	4	5	3	4	5
32	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
33	1	4	5	2	3	5	3	2	1	4
34	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4
35	2	2	4	5	3	2	3	3	4	2
36	2	3	2	2	4	3	4	3	4	4
37	4	3	2	2	1	1	4	3	4	3
38	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3
39	3	2	1	2	2	4	3	1	1	1

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



40	5	5	5	4	4	5	4	3	3	5
41	4	3	5	4	1	1	2	4	4	5
42	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5
43	3	4	5	3	4	3	3	4	2	3
44	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4
45	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
46	2	4	3	4	1	5	2	4	3	2
47	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4
48	3	1	4	4	2	5	1	4	3	4
49	3	4	2	3	5	4	4	2	3	1
50	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5
51	4	4	3	2	5	4	3	5	4	3
52	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4
53	3	4	5	5	4	1	3	2	3	4
54	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4
55	1	2	3	3	1	1	2	3	2	2
56	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3
57	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4
58	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4
59	5	4	4	3	5	5	4	4	3	4
60	3	3	2	2	3	2	3	2	5	3
61	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4
62	4	4	5	5	5	4	4	4	2	4
63	5	4	3	5	4	5	3	2	2	2
64	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
65	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4
66	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4
67	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4
68	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4
69	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3
70	3	4	3	5	4	3	4	3	2	3
71	4	3	4	3	3	4	5	4	4	3
72	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4
73	3	4	3	3	2	2	4	3	4	4
74	4	5	4	5	3	1	4	5	1	4
75	4	4	5	4	3	2	3	3	3	3
76	4	5	5	1	2	1	2	2	3	4
77	4	4	3	4	2	2	2	3	4	5
78	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5
79	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3
80	4	5	4	3	4	3	4	5	3	4
81	1	2	1	3	3	3	4	5	4	4
82	2	3	4	3	4	2	1	2	3	1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



83	3	5	3	5	2	1	4	2	1	4
84	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4
85	4	3	3	2	2	1	1	2	2	3
86	3	4	3	5	2	3	5	3	4	3
87	3	4	3	2	3	4	4	5	4	3
88	3	3	4	4	5	5	4	4	3	3
89	2	4	3	4	5	2	5	2	5	3
90	4	3	2	2	1	1	2	3	4	4
91	4	3	4	2	4	5	3	4	4	2
92	4	3	4	5	4	5	3	4	2	2
93	4	3	4	5	3	4	5	2	3	4
94	4	3	4	5	4	3	4	4	3	5
95	1	1	1	1	1	2	2	2	1	3
96	4	3	4	4	5	4	4	3	4	3
97	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3
98	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4
99	3	3	4	3	4	4	3	5	4	4
100	2	4	3	3	4	1	1	4	5	4
101	3	5	2	3	5	1	2	3	4	5
102	4	5	4	4	5	4	3	1	3	2
103	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2
104	3	4	5	3	4	5	3	4	5	4
105	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
106	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2
107	2	3	4	3	2	3	4	3	3	4
108	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
109	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4
110	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4
111	5	3	2	1	3	5	3	5	3	3
112	4	2	3	5	4	2	3	5	4	2
113	5	3	1	2	5	3	1	2	4	4
114	3	5	2	3	2	3	5	2	3	1
115	5	3	5	1	2	3	4	5	4	3
116	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5
117	5	3	5	2	3	3	5	4	3	5
118	5	3	1	2	4	5	2	4	5	2
119	3	5	2	4	5	3	5	2	3	5
120	3	5	2	3	5	3	3	2	5	4
121	3	5	3	4	5	3	4	2	3	4
122	2	3	4	5	3	3	2	3	1	2
123	3	1	2	3	5	5	3	4	5	3
124	3	5	3	4	5	3	4	3	2	3
125	5	3	3	1	2	3	5	3	1	2

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Dipta Dilindungi Undang-Undang

1. Tidak diperkenankan untuk menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan isi dari dokumen ini tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
2. Penyalinan atau penggunaan isi dari dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Penyalinan atau penggunaan isi dari dokumen ini untuk tujuan pendidikan atau penelitian tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
4. Penyalinan atau penggunaan isi dari dokumen ini untuk tujuan lain tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
5. Penyalinan atau penggunaan isi dari dokumen ini untuk tujuan lain tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
6. Penyalinan atau penggunaan isi dari dokumen ini untuk tujuan lain tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
7. Penyalinan atau penggunaan isi dari dokumen ini untuk tujuan lain tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
8. Penyalinan atau penggunaan isi dari dokumen ini untuk tujuan lain tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
9. Penyalinan atau penggunaan isi dari dokumen ini untuk tujuan lain tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
10. Penyalinan atau penggunaan isi dari dokumen ini untuk tujuan lain tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

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



3. Kepuasan Pelanggan

Responden	KPS1	KPS2	KPS3	KPS4	KPS5	KPS6	KPS7	KPS8	KPS9
1	3	2	4	3	4	5	4	4	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	4	4	4	4	4	5	4
8	3	4	4	4	3	4	3	3	3
9	4	3	4	2	4	4	2	3	4
10	4	5	4	4	5	3	4	5	4
11	1	1	2	1	2	1	1	2	1
12	1	2	1	2	1	2	1	2	1
13	2	1	2	1	2	1	2	1	2
14	1	2	1	2	1	2	1	2	1
15	1	2	3	4	5	4	3	2	1
16	1	2	3	4	5	4	3	2	1
17	4	3	4	2	3	1	2	4	3
18	5	5	4	4	4	4	4	5	4
19	4	4	3	4	5	5	4	5	4
20	5	4	4	4	3	4	5	4	4
21	1	5	1	5	1	5	1	5	1
22	4	3	2	3	3	3	4	3	3
23	3	1	3	1	3	1	3	1	3
24	2	5	3	4	1	2	3	1	4
25	4	5	4	4	3	4	3	3	4
26	4	4	3	4	3	3	4	3	4
27	2	2	2	3	2	1	2	4	2
28	2	3	4	5	4	4	3	5	3
29	5	4	3	3	4	3	3	3	2
30	4	3	4	2	2	3	4	3	4
31	5	4	3	3	4	1	2	4	2
32	4	3	3	3	3	3	3	3	4
33	2	3	1	3	2	1	3	2	1
34	5	4	5	4	4	4	3	4	4
35	5	4	1	5	4	1	5	4	1
36	5	5	3	4	4	4	3	4	4
37	2	1	4	3	1	4	3	2	4
38	5	5	5	4	4	4	4	4	3
39	3	3	3	1	2	4	1	1	5
40	4	4	3	3	3	3	3	5	4

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 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.



41	4	2	3	3	5	5	5	5	5
42	4	4	3	4	4	4	4	3	3
43	3	1	2	4	1	3	4	2	3
44	4	4	5	5	5	5	4	4	4
45	5	5	5	5	5	4	5	4	5
46	3	2	4	3	4	2	3	4	3
47	4	4	5	5	4	4	4	3	3
48	4	2	3	2	3	1	1	1	2
49	3	2	4	1	3	2	3	2	1
50	3	4	3	3	4	3	3	4	4
51	5	4	1	4	3	3	4	3	2
52	3	4	5	5	3	2	3	4	4
53	5	2	3	4	1	2	4	3	2
54	5	4	5	4	4	4	4	4	4
55	4	1	3	4	1	3	5	2	3
56	4	4	3	4	3	4	3	4	4
57	5	4	4	5	4	3	4	3	3
58	5	4	4	5	4	4	3	4	4
59	5	4	5	3	4	4	5	4	4
60	4	2	4	3	4	5	5	4	4
61	3	5	4	4	3	5	3	4	5
62	4	3	5	4	3	4	5	4	3
63	4	4	3	5	4	3	3	4	4
64	5	4	4	4	5	4	3	4	4
65	5	5	4	2	4	3	4	3	4
66	5	4	4	3	4	5	4	4	3
67	5	4	5	4	5	4	3	5	4
68	5	4	3	3	4	5	4	4	4
69	4	4	3	4	5	4	3	3	4
70	3	3	4	2	4	4	4	3	4
71	4	3	5	5	5	4	4	4	4
72	4	5	3	3	4	3	4	4	4
73	4	3	1	5	3	3	5	2	2
74	4	5	4	4	3	4	4	5	4
75	4	4	4	5	3	3	2	3	3
76	3	1	3	2	3	2	4	2	1
77	4	5	4	4	5	4	1	3	5
78	4	3	4	5	5	4	4	3	4
79	5	3	3	3	3	4	4	3	3
80	4	3	4	5	3	2	4	4	3
81	3	4	2	5	1	3	4	2	3
82	3	4	2	3	4	5	5	4	3
83	3	5	3	4	2	4	5	4	4

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantumkan dan menyebutkan sumber.

Hak Dipta Dilindungi Undang-Undang

- 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.



84	2	4	2	3	4	2	3	4	2
85	3	4	4	5	5	4	4	3	3
86	4	3	5	5	1	1	2	3	4
87	1	4	2	3	4	4	4	4	4
88	4	4	5	5	3	3	2	2	3
89	4	4	5	3	3	4	3	5	4
90	4	3	3	5	2	1	4	3	3
91	4	5	4	4	3	3	5	4	4
92	3	2	2	3	4	3	5	3	3
93	3	3	4	4	5	5	2	2	1
94	4	3	4	5	4	3	4	3	4
95	3	2	1	2	3	4	3	2	3
96	4	3	5	5	4	3	4	3	4
97	4	3	4	3	4	3	5	4	4
98	4	3	2	3	4	3	4	4	3
99	2	1	4	3	3	4	3	4	4
100	4	3	4	3	5	4	4	5	4
101	4	3	2	1	2	3	4	5	4
102	3	4	5	4	3	4	4	5	4
103	3	4	3	4	3	4	3	4	3
104	4	3	4	2	4	3	2	4	3
105	3	3	3	3	3	3	3	3	3
106	3	4	5	2	3	4	5	2	3
107	3	2	3	2	3	2	3	2	3
108	4	5	4	5	4	5	4	5	4
109	4	5	4	5	4	5	4	5	5
110	4	5	3	4	5	3	4	5	5
111	3	5	3	2	1	5	3	2	1
112	4	5	3	2	2	5	3	4	5
113	5	3	3	5	3	3	5	3	3
114	2	5	2	5	2	5	2	5	2
115	2	3	4	5	4	3	3	5	4
116	5	3	5	3	4	5	3	3	4
117	3	4	5	5	3	4	5	4	5
118	1	3	1	4	2	4	5	3	5
119	1	3	1	2	3	2	3	3	3
120	3	5	3	5	2	3	5	3	4
121	3	5	1	2	3	5	3	1	2
122	2	3	3	2	3	5	3	5	3
123	1	2	3	2	4	3	5	3	5
124	4	4	5	3	3	4	1	1	2
125	1	3	5	4	2	3	4	5	3
126	3	5	4	5	3	1	2	1	3

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruhnya, tulis ini pada mendaftarkan dan menyebutkan sumber:
Hak Dipta Dilindungi Undang-Undang

- 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.



127	3	5	2	3	4	5	3	4	3
128	2	1	4	3	5	3	2	3	5
129	2	3	4	3	2	3	4	5	4
130	2	4	4	3	5	2	3	5	3
131	5	4	5	4	5	4	5	4	4
132	5	3	5	4	5	4	3	5	4
133	5	3	5	3	1	2	1	3	5
134	5	3	5	3	5	3	5	3	2
135	2	3	5	1	2	3	5	3	3
136	3	5	2	3	5	2	3	5	2
137	2	3	5	3	2	1	2	3	5
138	3	2	5	3	3	2	4	4	4
139	2	3	3	2	3	5	3	3	3
140	2	3	5	3	2	1	2	2	1
141	2	3	4	3	2	3	5	3	2
142	2	3	5	2	3	5	3	2	3
143	2	1	2	3	5	3	3	5	3
144	2	3	1	2	3	2	3	4	4
145	1	1	2	3	5	3	2	3	2
146	1	2	1	4	3	2	2	3	5
147	2	3	4	1	2	3	4	2	3
148	1	2	3	1	2	3	3	3	2
149	2	3	5	3	5	3	5	3	5
150	3	5	3	5	2	1	2	3	5
151	2	5	2	5	2	5	2	5	5
152	5	3	5	2	5	3	5	2	5
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5
154	5	5	1	5	5	1	5	5	5
155	5	3	5	5	5	1	5	2	5
156	1	2	5	2	1	2	5	2	3
157	5	5	5	5	5	5	5	5	5
158	3	5	3	5	3	5	3	5	3
159	3	5	3	5	3	5	3	5	3
160	3	5	3	3	5	3	3	5	3

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menandatangani dan menyebutkan sumber.

Hak Dipesta Dilindungi Undang-Undang

- 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.



Lampiran 6 – HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

©

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Kualitas Produk

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.

Statistics		
KP		
N	Valid	160
	Missing	0
Mean		48.80
Median		50.00
Minimum		21
Maximum		70

2. Kualitas Layanan

Statistics		
KL		
N	Valid	160
	Missing	0
Mean		34.14
Median		35.00
Minimum		15
Maximum		50

3. Kepuasan Pelanggan

Statistics		
KPS		
N	Valid	160
	Missing	0
Mean		30.89
Median		31.00
Minimum		12
Maximum		45



4. One Sample Test

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

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KP	72.920	159	.000	48.800	47.48	50.12
KL	63.266	159	.000	34.138	33.07	35.20
KPS	61.772	159	.000	30.894	29.91	31.88

Lampiran 7 – HASIL ESTIMASI PERSAMAAN REGRESI LINIER BERGANDA

ESTIMASI PERSAMAAN REGRESO LINIER BERGANDA

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.603	2.057		1.752	.082		
	KL	.272	.054	.364	5.008	.000	.547	1.828
	KL	.410	.067	.443	6.086	.000	.547	1.828

a. Dependent Variable: KPS

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



Lampiran 8 – HASIL PENGUJIAN ASUMSI KLASIK

Pengujian Asumsi Klasik

©

5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	4.26384441
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.027
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.628
Asymp. Sig. (2-tailed)		.825
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

6. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.691	1.263		4.505	.000		
1	XP	-.061	.033	-.194	-1.825	.070	.547	1.828
1	KL	.018	.041	.046	.429	.668	.547	1.828

a. Dependent Variable: ABSRES

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.

Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



7. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	3.603	2.057		1.752	.082		
	Kualitas Produk (X1)	.272	.054	.364	5.008	.000	.547	1.828
	Kualitas Layanan (X2)	.410	.067	.443	6.086	.000	.547	1.828

a. Dependent Variable: KPS

Lampiran 9 – HASIL UJI KESESUAIAN MODEL (UJI F)

UJI KESESUAIAN MODEL (Uji F)

ANOVA ^a						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	3472.515	2	1736.258	94.300	.000 ^b
	Residual	2890.679	157	18.412		
	Total	6363.194	159			

a. Dependent Variable: KPS

b. Predictors: (Constant), KL, KP

Lampiran 10 – HASIL UJI SIGNIFIKAN PARAMETER INDIVIDUAL (UJI t)

UJI SIGNIFIKAN PARAMETER INDIVIDUAL (Uji t)

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	3.603	2.057		1.752	.082		
	Kualitas Produk (X1)	.272	.054	.364	5.008	.000	.547	1.828
	Kualitas Layanan (X2)	.410	.067	.443	6.086	.000	.547	1.828

a. Dependent Variable: KPS

1. Ditaring 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.

Lampiran 11 – HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	.546	.540	4.291

a. Predictors: (Constant), KL, KP

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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


Lampiran 12 – SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Ditarang 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**KWIK KIAN GIE**
SCHOOL OF BUSINESS
d/a Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBI)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Mourich Toti

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

NIM : 73180524

Alamat Lengkap : CUMING BURET
Jl. Roro Berahi RT.04/RW.02 no-27
Kode pos : 13910

Telp Kantor : -

Telp Rumah : -

No. HP : 0877 8852 1333


Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa :

1. Keabsahan data dan hal-hal lain yang berkenaan dengan keaslian dalam penyusunan karya akhir ini merupakan tanggung jawab pribadi.
2. Apabila dikemudian hari timbul masalah dengan keabsahan data dan keaslian/originalitas karya akhir adalah di luar tanggung jawab Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie dan saya bersedia menanggung segala resiko sanksi yang dikeluarkan Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie dan gugatan yang oleh pihak lain yang merasa dirugikan.

Demikian agar yang berkepentingan maklum

Jakarta, 19 Agustus 2022

yang membuat pernyataan



Mourich Toti
(Nama Lengkap)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Lampiran 13 – KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

<p>KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS</p>		<p>INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter, Jakarta Utara 14350</p>			
<p>KARTU PROSES BIMBINGAN KARYA AKHIR</p>					
<p>Nomor Dokumen IBIKKG/SPMI/FORM- A.04.06.02-01</p>		<p>Tanggal Pembuatan November 2017</p>	<p>Tanggal Revisi Edisi 1: November 2017</p>	<p>Disahkan Oleh AREA/UPT/LPM</p>	
<p>Nama : <u>Maurich Totki</u></p>		<p>NIM : <u>73180524</u></p>			
<p>Konsentrasi : <u>Kewirausahaan</u></p>		<p>Topik : <u>SKRIPSI</u></p>			
<p>KRS/Registrasi : <u>Semester Ganjil/Genap</u></p>		<p>Th. Akademik : <u>2021 / 2022</u></p>			
<p>Dosen Pembimbing : <u>Ir. Tumeta J. R. Sitinjak, M.M.</u></p>					
<p>Judul : <u>Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan</u></p>					
No	Tanggal	Pokok Bahasan	Paraf Mahasiswa	Paraf Dosen	Catatan
1	02/03/2022	Bimbingan Bab 1			Masih kurang dan perlu revisi
2	28/03/2022	Bimbingan Bab 2			Kurang jelas / perlu atau tambahan
3	18/04/2022	Bimbingan Bab 3			Tidak sesuai dengan revisi ulang
4	01/08/2022	Pembahasan Kuesioner			Variabel & indikator masih perlu diperbaiki
5	02/08/2022	Bimbingan Bab 4			Kritis responden yang diteliti di SPSS
6	10/08/2022	Perbaikan data SPSS Bab 4			masih kurang dan perlu revisi
7	15/08/2022	Bimbingan Bab 5			penyusunan dan kelengkapan skripsi
8	16/08/2022	Perbaikan Bab 5 dan keseluruhan			bagaimana saja

Catatan - *) Coret yang tidak perlu
- Bimbingan minimal 8 kali pertemuan dan mencantumkan tanda tangan pada setiap kali bimbingan sebagai bukti telah melakukan proses bimbingan

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