



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

Maurich Totti

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

ABSTRAK

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 pernah 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

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

ABSTRACT

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 remains 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





© 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.



PENDAHULUAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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. 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.

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.

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.



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.

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.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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 mengering.
5. Kualitas produk yang tidak konsisten.

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.

Melihat latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai Produk *Burger King* dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah dengan judul

“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan”



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 ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi 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.



Definisi 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.

Definisi 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

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.

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.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Kerangka Pemikiran

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

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.



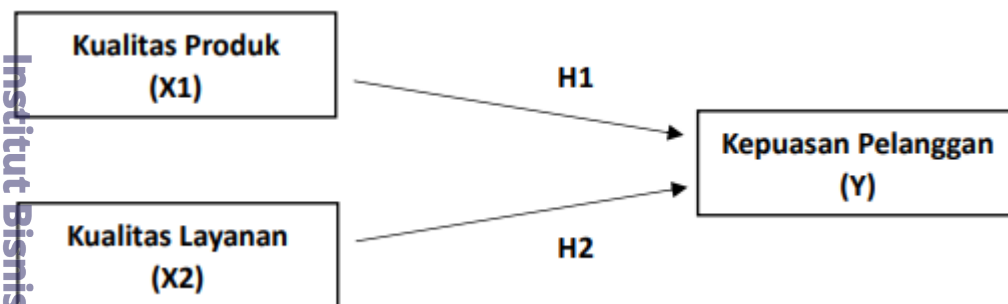
Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

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.

© 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.



H1: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.



METODE PENELITIAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisisioner yang akan diisi secara *online* oleh responden yang memenuhi kriteria berdasarkan teknik pengambilan sampel melalui *Google Form*. Pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner ini bersifat tertutup menggunakan skala *likert*. Penyebaran kuisisioner 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 kuisisioner kepada responden yang memenuhi kriteria yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan melalui *Google Form*.

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 kuisisioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji

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.



validitas dengan aplikasi menggunakan teknik korelasi *Product Moment* *Peason* menerapkan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- rx_y = 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.

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:

- r₁₁ = nilai reliabilitas
- k = banyak butir pertanyaan

© 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.



$\sum Si$ = jumlah varians skor tiap-tiap *item*

St^2 = varian total

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

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.

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 saji.	0,751	0,361	VALID
5	Cita rasa produk Burger King selalu konsisten.	0,690	0,361	VALID
6	Ukuran pada produk Burger King selalu konsisten dan tidak berubah-ubah.	0,511	0,361	VALID

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



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
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 kualitas produk pada data tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dianggap valid karena r hitung berada diatas 0,361.

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
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.

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 dikarenakan kualitas produk yang baik.	0,830	0,361	VALID
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.

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:

Hasil Uji Reliabilitas 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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sumber: Data diolah,2022

Instytut 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.



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 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

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.

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.

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



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 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 klasifikasikan bahwa rata-rata

konsumen atau pelanggan yang membeli produk Burger King di Lagoon Avenue, Bekasi Selatan. Merupakan konsumen yang berkunjung > 1 bulan yang lalu.

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 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



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.



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.

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 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

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.

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.

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.



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.



SIMPULAN DAN SARAN

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.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti mempunyai saran sebagai berikut:

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.

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. 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

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 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)

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.



2. Karya Akhir

③ Galingging, 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

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.

PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Maurich Totbi Potoma Artho

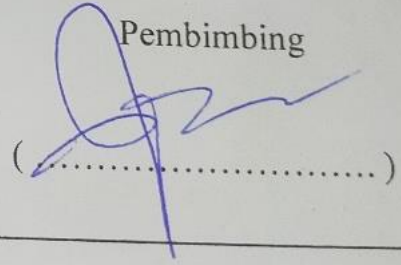
NIM : 73180524

Tanggal Sidang : 13/10/2022

Judul Karya Akhir : Pengoran Kualitas Produk dan Kualitas Layanan
Terhadap Kepuasan Pelanggan Burger King Lagoon Avenue
Benahi Seloran

25 / Oktober 20 22

Pembimbing



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

Jakarta

Mahasiswa

(Maurich Totbi)

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS