



RESUME SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN P-ELANGGAN MC DONALD DI KELAPA GADING**

**GERARLD MURSALIM**

**22160172**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan dari produk Mc Donald di Kelapa Gading melalui variabel kualitas produk dan kualitas layanan, kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang harus dicapai. Kepuasan pelanggan adalah perilaku konsumen ketika produk/jasa yang mereka beli sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan mereka. Kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan teknik pengukuran terhadap atribut-atribut yang relevan dari produk yang ditawarkan. Objek penelitian ini adalah Mc Donald di Kelapa Gading. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner. Untuk pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah *nonprobability sampling* serta metode yang digunakan adalah *judgment sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier ganda. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi yaitu residu berdistribusi normal, tidak terdapat heteroskedastisitas, dan tidak terdapat multikolinearitas. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan dan berdasarkan uji t dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki nilai signifikansi dibawah 0.05 sehingga hipotesis diterima. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Mc Donald di Kelapa Gading sedangkan kualitas layanan juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Mc Donald di Kelapa Gading

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan.

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine customer satisfaction from Mc Donald products in Kelapa Gading through the variables of product quality and service quality, customer satisfaction is the most important thing that must be achieved. This is because the better the products and services provided, the more satisfied the customer will be. Customer satisfaction is consumer behavior when the products / services they buy match their expectations or even exceed their expectations. The object of this research is the Mc Donald in Kelapa Gading. Data collection techniques using communication techniques by distributing questionnaires. For sampling, the technique used is non-probability sampling and the method used is judgment sampling. The data analysis technique used in this research is validity test, reliability test, descriptive analysis, classical assumption test and multiple linear regression analysis. The results of the classical assumption test show that the regression model fulfills the assumptions,*

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 dalam bentuk apapun.

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.

namely the residues are normally distributed, there is no heteroscedasticity, and there is no multicollinearity. The results of multiple regression analysis show that the regression model can be used to predict customer satisfaction and based on the t test it can be concluded that product quality and service quality have a significance value below 0.05 so that the hypothesis is accepted. The conclusion of this study is that product quality has a positive influence on Mc Donald customer satisfaction in Kelapa Gading while service quality also has a positive influence on Mc Donald customer satisfaction in Kelapa Gading. Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.

## PENDAHULUAN

Manusia memiliki tiga hal pokok dalam kehidupannya yaitu: sandang (pakaian), pangan (makanan), dan papan (tempat tinggal). Manusia tidak akan bisa menjalani kehidupannya tanpa tiga hal pokok tersebut terutama makanan. Ada berbagai macam jenis makanan yang beredar di masyarakat. Ada makanan tradisional atau daerah dan ada pula makanan cepat saji (*fast food*). Dalam kehidupan yang semakin maju saat ini banyak beredar atau meluasnya makanan cepat saji.

Usaha makanan saat ini merupakan usaha yang sangat menjanjikan, didukung dengan tingginya minat konsumen. Pada jaman modern saat ini masyarakat lebih menyukai segala sesuatu yang cepat dan praktis. *Fast food* merupakan pilihan yang paling banyak dicari oleh konsumen saat ini. Dengan banyaknya jumlah penduduk di Indonesia, membuat bisnis makanan menjadi hal amat menguntungkan dan memiliki peluang yang besar

*McDonald's Corporation* adalah perusahaan makanan cepat saji Amerika, yang didirikan pada tahun 1940 sebagai restoran yang dioperasikan oleh Richard dan Maurice McDonald, di San Bernardino, California, Amerika Serikat. Mereka mengisi ulang bisnis mereka sebagai kios hamburger, dan kemudian mengubah perusahaan menjadi waralaba, dengan logo Golden Arches diperkenalkan pada tahun 1953 di sebuah lokasi di Phoenix, Arizona. Pada tahun 1955, Ray Kroc, seorang pengusaha, bergabung dengan perusahaan sebagai agen waralaba dan mulai membeli rantai dari *McDonald* bersaudara. *McDonald's* memiliki kantor pusat aslinya di Oak Brook, Illinois, tetapi memindahkan kantor pusat dunianya ke Chicago pada Juni 2018.

*Mcdonald* sendiri tidak hanya membuka gerai saja, namun *Mcdonald* juga memiliki pelayanan lain yang sangat menarik dan membantu. *Mcdonald* memiliki pelayanan pelanggan yang siap mendengarkan keluhan pelanggan. Adapula layanan *Drive Thru*, dimana konsumen yang ingin membeli produk *Mcdonald* tidak perlu turun dari kendaraannya. Namun untuk fasilitas *Drive Thru* hanya tersedia di beberapa store saja. *Mcdonald* juga memiliki layanan pesan antar yang siap mengantarkan pesanan pelanggan melalui telepon maupun aplikasi melalui ponsel atau *gadget*.

Dibalik kesuksesnya *Mcdonald*, masih terdapat beberapa kekurangan yang dimiliki oleh *Mcdonald* yang membuat konsumennya kecewa. Pengalaman pelanggan *Mcdonald* yang mengecewakan dimana pelanggan tersebut mengalami masalah dalam layanan *drive thru*. Dimana pelanggan merasa kesal karena pelanggan harus mengantri atau menunggu begitu lama di dalam kendaraannya. Saat pelanggan melaporkan keluhan pelanggan pihak *mcdonald* tidak merespon apa apa karena pihak *mcdonald* selalu kebingungan dengan adanya penumpukan konsumen di *drive thru*

Ada juga konsumen yang mengalami kekecewaan terhadap produk *mcdonald*. Dimana pelanggan tersebut memesan salah satu menu *ice cream* yang diberi topping bubuk milo ataupun oreo dimana toping tersebut diberikan sangat sedikit dan bahkan hampir tidak ada toppingnya. Rasa *ice cream* yang aneh atau tidak *fresh* dan tidak pada standardnya. Pembayaran menggunakan *ovo* ataupun *gopay* pun tidak bisa. Mengenai tidak bisanya menggunakan *ovo* atau *gopay* pihak *mcdonald* selalu memberikan alasan bahwa sistem sedang *offline*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah, pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



*Mcdonald* merupakan restoran cepat saji yang cukup banyak diminati oleh semua masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah gerai yang dimiliki *Mcdonald*. Tetapi *Mcdonald* memiliki kekurangan yang harus di perbaiki dan di tingkatkan. Oleh karena itu *Mcdonald* perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan terus memperhatikan kualitas produknya. Menurut Kotler dan Keller (2016: 156) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

#### A. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat di kemukakan identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Produk dari Mc Donald Kelapa Gading?
2. Bagaimana Kualitas Layanan dari Mc Donald di Kelapa Gading?
3. Bagaimana Kepuasan Pelanggan Mc Donald Kelapa Gading?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Mc Donald di Kelapa Gading?

#### B. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan mc donald di Kelapa Gading?
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mc Donald Kelapa Gading?

#### C. Batasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Objek yang akan diteliti kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan
2. Subyek penelitian adalah mc donald di kelapa gading
3. Penelitian dilakukan pada juli tahun 2022.
4. Wilayah penelitian di kelapa gading, Jakarta Utara.

#### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mcdonald di Kelapa Gading.

#### E. Tujuan Penelitian

Penulis memiliki beberapa tujuan dari penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran terhadap:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Mcdonald.
2. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Mcdonald.

#### F. Manfaat Penelitian

Penulis menentukan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini. Manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
  - a. Untuk membantu perusahaan mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Mcdonald.
  - b. Sebagai bahan pertimbangan dan masukkan bagi perusahaan terkait kualitas produk dan kualitas layanan yang dilakukan perusahaan.



- c. Memberikan informasi kepada perusahaan.
- d. Memberikan saran yang membantu perusahaan menjadi lebih baik untuk kedepannya.

## METODE PENELITIAN

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survey. Data yang dipelajari diambil dalam populasi, sehingga ditemukan kejadian-kejadian yang berhubungan antara variabel secara sosiologis. Pendekatan yang dilakukan penulis adalah survey yang dikelola dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis pada responden yang untuk dijawab. Kuesioner diberikan kepada responden yang pernah mengunjungi Mc Donald di Mall Kelapa Gading. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup, dengan harapan yang diperoleh informasi mengenai Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Mc Donald di Kelapa Gading.

Menurut Hair, Anderson, Tatham, & Black, (2010) besarnya sampel bila terlalu besar akan menyulitkan untuk mendapat model yang cocok, dan disarankan ukuran sampel yang sesuai antara 100-200 responden agar dapat digunakan estimasi interpretasi dengan Structural Equation Model (SEM). Untuk itu jumlah sampel akan ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sampel minimum. Penentuan jumlah sampel minimum untuk SEM menurut Hair et al (2010) adalah:  $(\text{Jumlah indikator} + \text{jumlah variabel laten}) \times (5 \text{ sampai } 10 \text{ kali})$  Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel maksimal untuk penelitian ini adalah:  $\text{Sampel maksimal} = (30 + 3) \times 5 = 165$  responden Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 165 responden konsumen mc Donald di kelapa gading . Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah yang sudah pernah mengkonsumsi di *Mc Donald* Kelapa Gading.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Peneliti akan menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu teknik pengumpulan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah *Mc Donald* Kelapa Gading. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *Judgment Sampling (Purposive Sampling)* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Dalam penelitian ini syarat responden yang dipilih adalah responden yang berusia 15 tahun – lebih dari 36 tahun dan pernah berkunjung di *Mc Donald* Kelapa Gading. Jumlah responden yang diambil adalah 165 responden pengunjung dan mengkonsumsi Mc Donald.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuisisioner yang dibagikan kepada responden sebanyak 178 lembar, lalu yang dikembalikan oleh responden sebanyak 167 lembar dan kuisisioner yang dapat digunakan sebanyak 165 lembar dan selanjutnya dapat dijelaskan dalam penyebaran kuisisioner ini dibagikan di restoran kepada masyarakat setempat di Jakarta Utara khususnya di kota Kelapa Gading. kuisisioner yang sudah disebar sebanyak 165 kuisisioner dengan jumlah responden laki-laki sebanyak 94 orang sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 72 orang. Lalu yang berusia kurang dari 15 Tahun sebanyak 1 orang, 15 tahun – 20 Tahun sebanyak 11 orang, yang berusia 20 Tahun – 30 Tahun sebanyak 131 orang , yang dan



lebih dari 30 Tahun sebanyak 22 orang. Dan dapat dilihat bahwa responden yang memiliki pendapatan < Rp.1.500.000 sebanyak 12 orang, Rp.1.500.000 – Rp.3.000.000 sebanyak 29 orang, Rp.3.000.000 – Rp.7.000.000 sebanyak 76 orang, Rp 7.000.000 – Rp.10.000.000 sebanyak 45 orang dan yang > Rp.10.000.000 sebanyak 4 orang.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu *draft* isian dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban responden dengan total skor masing-masing variabelnya. Suatu pernyataan dikatakan *valid* apabila  $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ . Hasil pengujian validitas data pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas, Kualitas Produk , Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan**

Tabel	r-hitung	r-tabel (5%)	Keterangan
<b>Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)</b>			
KP1	0,635	0,127	VALID
KP2	0,507	0,127	VALID
KP3	0,442	0,127	VALID
KP4	0,628	0,127	VALID
KP5	0,577	0,127	VALID
KP6	0,513	0,127	VALID
KP7	0,529	0,127	VALID
KP8	0,388	0,127	VALID
KP9	0,537	0,127	VALID
KP10	0,601	0,127	VALID

Berdasarkan tabel 1 , seluruh indikator kualitas produk memiliki r hitung lebih besar dari r table (0.127) maka dapat di simpulkan seluruh indicator kualitas produk valid

Tabel	r-hitung	r-tabel (5%)	Keterangan
<b>Kualitas layanan (X<sub>2</sub>)</b>			
KL1	0,583	0,127	VALID
KL2	0,576	0,127	VALID
KL3	0,622	0,127	VALID
KL4	0,636	0,127	VALID
KL5	0,535	0,127	VALID
KL6	0,562	0,127	VALID
KL7	0,565	0,127	VALID
KL8	0,514	0,127	VALID
KL9	0,521	0,127	VALID
KL10	0,650	0,127	VALID



Berdasarkan tabel 1 , seluruh indikator kualitas layanan memiliki r hitung lebih besar dari r table (0.127) maka dapat di simpulkan seluruh indicator kualitas layanan valid

**Kepuasan pelanggan (Y)**

KPLN1	0,665	0,127	VALID
KPLN2	0,650	0,127	VALID
KPLN3	0,500	0,127	VALID
KPLN4	0,553	0,127	VALID
KPLN5	0,479	0,127	VALID
KPLN6	0,631	0,127	VALID
KPLN7	0,580	0,127	VALID
KPLN8	0,593	0,127	VALID
KPLN9	0,661	0,127	VALID
KPLN10	0,613	0,127	VALID

Berdasarkan tabel 1 , seluruh indikator kepuasan pelanggan memiliki r hitung lebih besar dari r table (0.127) maka dapat di simpulkan seluruh indicator kepuasan pelanggan valid

**Tabel 2**  
**Uji Reliabilitas,**

Variabel	Cronbach Alpha Hitung	Cronbach Alpha Standard	Keterangan
Kualitas Produk	0,733	0,6	Reliabel
Kualitas Layanan	0,777	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,795	0,6	Reliabel

Berdasarkan table 2 uji reliabilitas memperlihatkan hasil pengujian reliabilitas seluruh variabel penelitian ini memiliki nilai Cronbach Alpha hitung lebih besar dari pada *Cronbach Alpha Standard* 0,6. maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel (konsisten).

**Tabel 3**

**Hasil Uji Normalitas**

	<b>Unstandardized Residual</b>
--	--------------------------------

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



<b>N</b>		165
<b>Normal Parameters<sup>a b</sup></b>	Mean	.0000000
	Standard Deviation	3.85713691
<b>Most Extreme Differences</b>	Absolute	.133
	Positive	.061
	Negative	-.133
<b>Kolmogorov-Smirnov Z</b>		1.075
<b>Asym. Sig. (2-tailed)</b>		.006

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai signifikan atau Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0.006, karena nilai lebih kecil dari 0.05 ( $0.006 \leq 0.05$ ) berarti data pada penelitian ini tidak memenuhi syarat normalitas dan dapat dikatakan bahwa data residual berdistribusi normal.

**Tabel 4**  
**Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,497	2,012
Kualitas Layanan	0,497	2,012

Hasil pengujian pada tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai VIF masing-masing pada variabel menunjukkan bahwa tidak terjadinya multikolinieritas. Nilai VIF lebih kecil dari 10 dan juga nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 pada masing-masing variabel sehingga dapat dikatakan tidak terjadi masalah multikolinieritas.

**Tabel 5**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.748	3.097		3.147	.002
Totalkp	.112	.103	.094	1.088	.278
Totalkl	.620	.097	.556	6.410	.000

Dalam penelitian ini menggunakan *uji Glejser* untuk menguji dalam model regresi ada tidaknya terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain,

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.



Hasil dalam penelitian ini memiliki nilai signifikan  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**C**

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.

**Tabel 6**  
**Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.748	3.097		3.147	.002
Totalkp	.112	.103	.094	1.088	.278
Totalkl	.620	.097	.556	6.410	.000

Berdasarkan tabel 6, maka dapat diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

**Kepuasan Pelanggan = 9,748 + 0.122 kualitas produk + 0.620 kualitas layanan**

**1. Uji Hipotesis 1: kualitas produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.**

Ho:  $\beta_1 = 0$ , Tidak ada pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Ha:  $\beta_1 > 0$ , Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Dari tabel 4.14, diketahui nilai t hitung sebesar  $1.088 < t$  tabel (1.98) dengan signifikan variabel kualitas produk (sig) sebesar  $0.278/2 > \alpha$  (0.05) yang berarti tidak tolak Ho atau tolak Ha sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

**2. Uji Hipotesis 2: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.**

Ho:  $\beta_2 = 0$ , Tidak ada pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha:  $\beta_2 > 0$ , Terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari tabel 4.14, diketahui nilai t hitung sebesar  $6.410 > t$  tabel (1.98) dengan signifikan variabel persepsi harga (sig) sebesar  $0.000/2 < \alpha$  (0.05) yang berarti tolak Ho atau tidak tolak Ha sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 7**  
**Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1580.538	2	790.269	52.471	.000 <sup>b</sup>
Residual	2439.911	16	15.061		
Total	4020.448	18			
		2			
		16			
		18			

Sumber: Lampiran 2 , Halaman 86

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa nilai F hitung yakni 52.471 dengan nilai Sig f  $0.000 < 0.05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi diatas dapat digunakan untuk memprediksi Y (Kepuasan Pelanggan) atau dapat dikatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan dapat digunakan untuk memprediksi Kepuasan Pelanggan

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mcdonald di Kelapa Gading maka didapatkan simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan dari Mcdonald di Kelapa Gading secara keseluruhan baik karena indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan telah dinilai baik oleh pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan Mcdonald di Kelapa Gading terbilang cukup mempengaruhi kepuasan pelanggan
2. Kualitas produk Mcdonald di Kelapa Gading yang diberikan kepada pelanggan secara keseluruhan baik karena indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk telah dinilai baik oleh pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk Mcdonald di Kelapa Gading terbilang cukup mempengaruhi kepuasan pelanggan

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, Mcdonald harus meningkatkan dan mempertahankan kualitas layanan yang sudah baik di mata konsumen. Mcdonald harus mempertahankan pelanggan yang sudah puas. Apabila pelanggan puas, maka tentu pelanggan akan menjadi loyal. Mcdonald juga

diharapkan mampu meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk nya agar lebih baik lagi.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Cooper dan Schindler. (2014). *Bussiners Research Method*. New York: McGrawHill
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, Joseph F. Jr. et al. 2010, *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England
- Hasan, ali . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Keegan, J Warren, Green, C. Green. *Global Marketing (Eight Edition)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2021), *Principles of Marketing*, Edisi: 18e, United States of America: Pearson Education.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating CustomerFocus Across the Firm 6 thed*. Mc.Graw-Hill. Bosto

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.



PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Gerard Mursalim

NIM : 22160172

Tanggal Sidang : 13 April 2023

Judul Karya Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan

terhadap kepuasan pelanggan McDonald

di Kelapa Gading

Jakarta, 2 / mei 2023

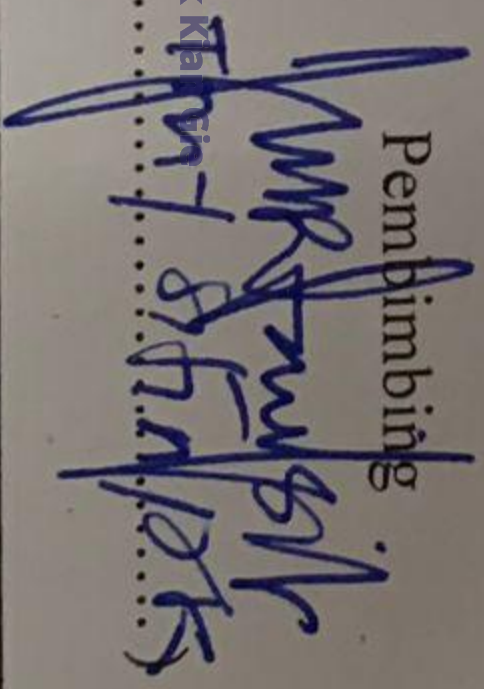
Mahasiswa/I



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pembimbing



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