



# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN POPEYES KELAPA GADING

**Evander Owen**

Evanderowen13@gmail.com@gmail.com  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Tumpal.janji@kwikkiangie.ac.id  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

## ABSTRAK

Evander Owen / 71190119 / 2023 / Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap  
Kepuasan Pelanggan Popeyes Kelapa Gading / Dosen Pembimbing: Tumpal J.R. Sitinjak, I.r., M.M.

Era globalisasi yang semakin modern dan berkembang menciptakan kebutuhan primer manusia terutama akan makanan semakin bertumbuh dan bertambah banyak. Hal ini juga ditunjukkan dengan semakin marak dan berkembangnya berbagai bisnis kuliner terutama di Indonesia, salah satunya adalah Popeyes. Beragam menu dihadirkan Popeyes Indonesia mulai dari ayam goreng, burger ayam, sayap ayam, popcorn ayam, onion rings, rice bowl, menu kentang, hingga ice cream dan brownies dengan berbagai varian rasa. Pastinya, agar Popeyes dapat bertahan lama di Indonesia, ia harus mementingkan kepuasan pelanggan terlebih dahulu. Bisa dengan berbagai cara, contohnya seperti selalu meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan agar para pelanggan senantiasa puas dengan semua pelayanan Popeyes.

Penelitian ini menggunakan teori dari para ahli serta penelitian terdahulu para peneliti lainnya yang berkaitan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang bersumber dari buku dan jurnal yang dapat mendukung penelitian ini.

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna yang pernah menggunakan produk dan layanan Popeyes Kelapa Gading. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner dengan menggunakan aplikasi “Google Form” yang terdiri atas beberapa pertanyaan terkait penelitian dalam variabel – variabel yang digunakan antara lain kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan dengan total 108 responden. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda, uji signifikan parameter individual (uji t), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Data diolah menggunakan program IBM SPSS 26.

Hasil penelitian ini yaitu bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji Popeyes Kelapa Gading, dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji Popeyes Kelapa gading. Hal tersebut menunjukkan bahwa para pelanggan memberikan tanggapan setuju dalam produk dan layanan yang diberikan baik.

Kesimpulan penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan pelanggan.

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



## ABSTRACT

Evander Owen / 71190119 / 2023 / *The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction Popeyes Kelapa Gading* / Advisor: Tumpal J.R. Sitinjak, I.r., M.M.

*The era of globalization which is increasingly modern and developing creates primary human needs, especially for food, to grow and multiply. This is also shown by the increasingly widespread and growing variety of culinary businesses, especially in Indonesia, one of which is Popeyes. Various menus are presented by Popeyes Indonesia, starting from fried chicken, chicken burgers, chicken wings, chicken popcorn, onion rings, rice bowls, potato menus, to ice cream and brownies with various flavors. Of course, if Popeyes want to survive in Indonesia for a long time, it must prioritize customer satisfaction. It can be done in various ways, for example, such as always improving product quality and service quality so that customers are always satisfied with all Popeyes services.*

*This study uses theories from experts and previous research by other researchers related to product quality and service quality on customer satisfaction which are sourced from books and journals that can support this research.*

*The object of this research is users who have or have used product and services Popeyes Kelapa Gading . The data collection method used was distributing questionnaires using the "Google Form" application which consisted of several research-related questions in the variables used included product quality, service quality, and customer satisfaction with a total of 108 respondents. The data analysis techniques used in this study were validity test, reliability test, descriptive analysis, classic assumption test and multiple regression analysis, individual parameter significant test (t test), and coefficient of determination ( $R^2$ ). Data was processed using the IBM SPSS 26 program.*

*The results of this study are that product quality has a positive effect on customer satisfaction at the Popeyes Kelapa Gading fast food restaurant, and service quality has a positive effect on customer satisfaction at the Popeyes Kelapa Gading fast food restaurant. This shows that customers agree with the products and services provided.*

*The conclusion of this study is that that product quality and service quality have been proven to have a positive effect to customer satisfaction.*

**Keywords:** *Product quality, service quality, customer satisfaction*

<sup>1</sup>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

Telp : (021) 65307062

Email : tumpal.janji@kwikkiangie.ac.id



## Pendahuluan

Era globalisasi yang semakin modern dan berkembang menciptakan kebutuhan primer manusia terutama akan makanan semakin bertumbuh dan bertambah banyak. Hal ini juga ditunjukkan dengan semakin marak dan berkembangnya berbagai bisnis kuliner terutama di Indonesia. Seperti yang dilansir pada situs resmi Badan Pusat Statistik, ditunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan industri makanan dan minuman (periode 2017 – 2021)

Pastinya, agar Popeyes dapat bertahan lama di Indonesia, ia harus mementingkan kepuasan pelanggan terlebih dahulu. Bisa dengan berbagai cara, contohnya seperti selalu meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan agar para pelanggan senantiasa puas dengan semua pelayanan Popeyes. Menurut Kotler et al. (2020:238), kualitas produk merupakan salah satu cara utama dalam hal *positioning* yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan melalui produk yang dijual. Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2017:87) kualitas pelayanan menjadi elemen yang dominan dalam evaluasi pelanggan, termasuk ke dalam menentukan kepuasan pelanggan. Selain itu, pelanggan sebuah restoran akan menilai pelayanan dari persepsi pelanggan tentang makanan (kualitas hasil teknis), bagaimana suatu makanan disajikan dan bagaimana seorang karyawan berinteraksi dengan pelanggan (kualitas interaksi). dekorasi dan lingkungan (kualitas lingkungan fisik) akan mempengaruhi persepsi pelanggan secara keseluruhan mengenai kualitas layanan.

Berbagai fenomena yang mendukung penelitian ini didasarkan pada adanya ulasan – ulasan konsumen baik secara negatif maupun positif yang disimpulkan. maka dapat disimpulkan bahwa tidak semua pelanggan yang pernah menggunakan produk atau layanan pada Popeyes Kelapa Gading, Jakarta Utara merasa sudah atau cukup puas. Hal ini disebabkan karena beberapa produk seperti ayam goreng yang menjadi “ikon” Popeyes sendiri justru disajikan dengan cita rasa yang kurang dapat dinikmati, sedangkan untuk pelayanan yang diberikan oleh pegawai yang bekerja masih dinyatakan kurang optimal dan profesional dalam menyajikan makanan.

Kualitas produk dan kualitas layanan menjadi dua faktor atau indikator penting suatu perusahaan atau bisnis dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mereka menjadi “loyal” terhadap produk atau jasa yang kita berikan. Kualitas produk dan kualitas layanan dapat terus dikembangkan mulai dari meningkatkan strategi pemasaran (promosi) atau memperluas pangsa pasar (inovasi produk) dan lain – lain. Sedangkan, kepuasan pelanggan akan tercipta sebagai bentuk penilaian atau respon mereka dari layanan dan produk yang disediakan oleh perusahaan.

Maka dari itu, berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Popeyes Kelapa Gading”

Hak cipta ini dilindungi undang-undang. Penyalinan atau penjiplakan tanpa izin IBIKKG. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran Landasan Teori

### Landasan Teori

#### Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:249), kualitas produk dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara terikat melalui produk atau layanan yang diberikan sehingga kedua hal tersebut menjadi ciri khas yang berpengaruh dalam perusahaan.

#### Dimensi Kualitas Produk

Menurut Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2016:134), menjelaskan adanya 8 kualitas produk dengan dimensi – dimensi antara lain:

- 1) Kinerja (*Performance*)  
Ciri khas utama yang mencerminkan kinerja produk terlihat melalui produk inti (core product) yang dibeli oleh konsumen.
- 2) Fitur atau ciri-ciri tambahan (*Features*)  
Sebuah tambahan yang meningkatkan nilai produk, menjadikannya memiliki ciri khas tambahan atau karakteristik.
- 3) Keandalan (*Reliability*)  
Kemungkinan yang rendah terjadinya kerusakan pada produk atau kegagalan dalam penggunaannya.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specifications*)  
Spesifikasi produk memiliki kemampuan untuk mencerminkan sejauh mana produk tersebut telah memenuhi standar resmi yang ditetapkan.
- 5) Daya Tahan (*Durability*)  
Rentang waktu atau jangka masa penggunaan produk yang bisa dimanfaatkan.
- 6) *Serviceability*  
Kemampuan suatu produk dalam kecepatan, kenyamanan, persaingan, kemudahan reparasi, dan penyelesaian keluhan pelanggan yang memuaskan.
- 7) Estetika (*Esthetics*)  
Sebuah atribut yang dapat menggambarkan karakteristik khas atau daya tarik yang mempengaruhi minat konsumen dalam membeli produk.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)  
Kualitas produk menggambarkan suatu bentuk reputasi atau gambaran yang perusahaan harus bertanggung jawab atasnya sebagai pengelola.

#### Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:156), pengertian kualitas layanan adalah totalitas fitur dan karakteristik secara menyeluruh dalam suatu produk atau layanan dimana fitur dan karakteristik tersebut dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara nyata dan tersirat..

#### Dimensi 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.



Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:161), membagi kualitas layanan menjadi 5 dimensi terdiri dari :

1) **Bukti Fisik (*Tangible*)**

Dimensi ini terkait dengan penampilan yang memiliki daya tarik, termasuk fasilitas fisik seperti bangunan, peralatan, berbagai perlengkapan, tingkat kebersihan dan kerapihan, kenyamanan ruangan, kelengkapan sarana atau fasilitas, serta penampilan staf.

2) **Empati (*Empathy*)**

Mengacu pada strategi perusahaan dalam memahami dan merespons permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan, serta memberikan respons atau tindakan yang menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan.

3) **Kehandalan (*Reliability*)**

Pengukuran terhadap kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan kepada konsumen mencakup akurasi dan kejelasan informasi, penanganan masalah dan pengaduan pelanggan, ketergantungan dalam memesan, dan kesesuaian dengan perjanjian pelayanan.

4) **Cepat Tanggap (*Responsiveness*)**

Terhubung dengan ketersediaan dan kemampuan perusahaan dalam menyajikan pelayanan kepada pelanggan tanpa hambatan waktu dan tempat, dengan kecepatan, kolaborasi tim yang efisien, kemampuan menangani masalah pelanggan, komunikasi yang transparan, penyediaan layanan tambahan, dan kesiapan untuk membantu pelanggan.

5) **Jaminan (*Assurance*)**

Berarti artinya perusahaan memiliki kapasitas untuk menjamin bahwa layanan yang diberikan oleh staf kepada pelanggan, mencakup pembuatan lingkungan yang aman, pemahaman akan pengetahuan serta keterampilan yang diperlukan, dan kelangsungan tingkah laku sopan agar menghasilkan interaksi saling percaya dan keyakinan

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler et al. (2020:15), menyatakan makna kepuasan pelanggan yakni sejauhmana perasaan kecewa maupun senang yang ditimbulkan oleh konsumen terhadap kinerja produk yang digunakan atau dirasakan sesuai dengan harapan mereka sebagai pembeli.

### **Dimensi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Bitner, Gremier, dan Zeithaml (2018:81-83), membagi 5 dimensi kepuasan konsumen antara lain:

*Product and Service Feature* (Fitur Produk dan Layanan) Dimensi utama dari kepuasan konsumen adalah kepuasan terhadap produk atau layanan, yang memiliki dampak yang signifikan pada penilaian yang dibuat oleh konsumen, ditambah dengan adanya fitur-fitur yang menyokong secara keseluruhan pengalaman tersebut.

*Customer Emotions* (Perasaan atau Emosi Pelanggan)

Dimensi ini memengaruhi perasaan atau emosi yang dirasakan oleh pelanggan dalam penilaian terhadap tingkat kepuasan mereka sebagai pengguna produk atau layanan tersebut. Emosi pelanggan ini bisa mencakup perasaan gembira atau kecewa yang memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Emosi ini dapat



bersifat tetap atau merujuk pada emosi yang sudah ada sebelumnya, seperti suasana hati.

3) Atribut untuk Kesuksesan atau Kegagalan Layanan (*Atributions for Service Success or Failure*)

Atribut dari produk atau layanan merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap persepsi kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa bahwa layanan yang diberikan jauh lebih baik atau bahkan tidak sesuai dengan ekspektasi mereka, ini cenderung mendorong pelanggan untuk mencari alasan di balik hal tersebut, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi penilaian mereka terhadap kepuasan pelanggan.

4) *Perceptions of Equity of Fairness* (Persepsi tentang Keadilan) Persepsi tentang keadilan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan tercermin dalam beberapa pertanyaan berikut:

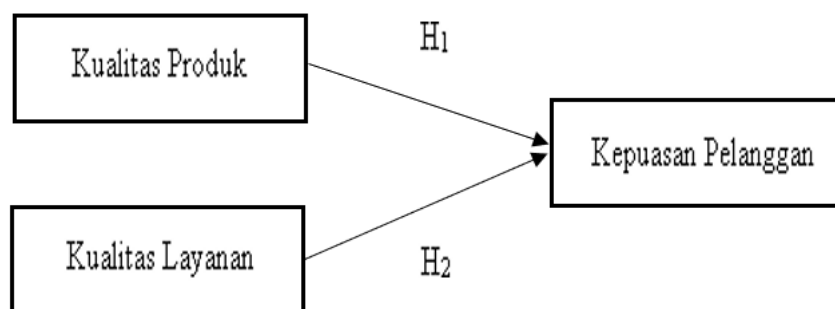
- Apakah pelanggan lain mendapatkan pelayanan berkualitas dan terpercaya dengan harga yang sebanding?
- Apakah harga yang ditawarkan dan dibayar sebanding dengan pelayanan yang disediakan?
- Apakah saya merasa puas dengan produk atau layanan yang disajikan?

5) Pelanggan lain, Anggota Keluarga, dan Rekan Kerja (*Other Customers, Family Members, and Co – Workers*)

Faktor lain dari dimensi kepuasan pelanggan adalah dampak dari pengaruh yang berasal dari pelanggan lain, anggota keluarga, dan rekan kerja yang telah mengalami penggunaan produk atau layanan tertentu. Pengaruh ini juga dapat dipengaruhi oleh pengalaman, perilaku, persepsi individu, serta sudut pandang yang berbeda.

Gambar 2. 1

Model Kerangka Pemikiran



Hipotesis Penelitian

H1 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

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.



## Metode Penelitian

### 1. Objek Penelitian

Obyek penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Popeyes Kelapa Gading. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh penulis dan digunakan sebagai obyek dari penelitian ini, Data yang digunakan penulis berpakusioner bagi para konsumen Popeyes yang berada di lingkup wilayah Jakarta Utara.

### 2. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah restoran cepat saji Popeyes di Kelapa Gading, Jakarta Utara, kualitas produk di Kelapa Gading, Jakarta Utara, kualitas layanan di Kelapa Gading, Jakarta Utara, kepuasan pelanggan di Kelapa Gading, Jakarta Utara.

### 3. Teknik dan Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi yang menggunakan alat bantu berupa kuesioner. Peneliti menggunakan jenis dan sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer yang merupakan data secara langsung dari sumber pertama Menurut (Sugiyono, 2019 : 193).

### 4. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan perangkat lunak, IBM SPSS 26. Pengujian yang dilakukan adalah uji validitas dan realibilitas analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas dan Reabilitas

Metode penelitian menggunakan *software* SPSS 26, uji validitas pada setiap indikator. Dengan jumlah 108 responden, jika nilai R Hitung  $> 0,189$  dinyatakan valid dan dinyatakan reliabel bila nilai *cronbach's alpha*  $> 0,60$ . Dari hasil pengolahan data kuisisioner pada 108 responden, diperoleh hasil data dibawah ini:

**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Butir Pernyataan	CITC	Validitas	Cronbach's Alpha	Reliabilitas
Kualitas Produk	X11	0,453	Valid	0,796	Reliabel
	X12	0,459	Valid		
	X13	0,653	Valid		
	X14	0,533	Valid		
	X15	0,456	Valid		
	X16	0,570	Valid		
	X17	0,580	Valid		



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Kualitas Layanan	X21	0,493	Valid	0,790	Reliabel
	X22	0,493	Valid		
	X23	0,665	Valid		
	X24	0,397	Valid		
	X25	0,463	Valid		
	X26	0,435	Valid		
	X27	0,418	Valid		
	X28	0,642	Valid		
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,376	Valid	0,755	Reliabel
	Y2	0,389	Valid		
	Y3	0,537	Valid		
	Y4	0,456	Valid		
	Y5	0,535	Valid		
	Y6	0,396	Valid		
	Y7	0,482	Valid		
	Y8	0,453	Valid		

### Analisis Deskriptif

Nilai skor rata-rata/*mean* pada kualitas produk sebesar 3,95 dengan hasil *mean* terendah 3,59 dan *mean* tertinggi 4,23. Bilamana diukur dengan rentang skala 3,41 – 4,20 yakni berada pada posisi setuju. Dapat diartikan bahwa konsumen berpendapat setuju bahwa kualitas produk yang diberikan Popeyes sesuai.

Nilai skor rata-rata/*mean* pada kualitas layanan sebesar 3,52 dengan hasil *mean* terendah 3,07 dan *mean* tertinggi 3,99. Bilamana diukur dengan rentang skala 3,41 – 4,20 yakni berada pada posisi setuju. Dapat diartikan bahwa konsumen berpendapat setuju bahwa kualitas layanan yang diberikan Popeyes sesuai.

Nilai skor rata-rata/*mean* pada kualitas layanan sebesar 4,09 dengan hasil *mean* terendah 3,55 dan *mean* tertinggi 4,40. Bilamana diukur dengan rentang skala 3,41 – 4,20 yakni berada pada posisi setuju. Dapat diartikan bahwa konsumen berpendapat setuju bahwa kepuasan pelanggan baik.

**Tabel 4.6 – 4.8 Hasil Statistik Deskriptif**

Variabel	Mean	Hasil		Kategori
		Tertinggi	terendah	
Kualitas Produk	3,95	4.23	3,59	Setuju
Kualitas Layanan	3,52	3,99	3,07	Setuju
Kepuasan Pelanggan	4,09	4.40	3,55	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## Analisis Regresi Linear Ganda

### Estimasi Model Persamaan Regresi

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

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 4.9**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>
	<b>B</b>
Konstanta ( <i>Constant</i> )	1,797
Kualitas Produk (X1)	0,363
Kualitas Layanan (X2)	0,244

Tabel 4.9 di atas menunjukkan hasil persamaan regresi linier berganda yaitu  $Y = 1,797 + 0,363 X_1 + 0,244 X_2$ . Interpretasinya adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 1,797 menandakan apabila nilai kualitas produk dan kualitas layanan adalah sebesar 0, maka kepuasan pelanggan akan bernilai 1,797.
- b. Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,363 menandakan apabila variabel kualitas produk mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,363. Jika kualitas produk mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan sebesar 0,363.
- c. Koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,244 menandakan apabila variabel kualitas layanan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,244. Jika kualitas layanan mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan sebesar 0,244.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Normalitas**

N	<i>Asymp.sig. (2 tailed)</i>	<b>Keterangan</b>
108	0,200	Berdistribusi Normal

Dari tabel 4.10 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi datasebesar 0,200 yang berarti nilai tersebut lebih besar daripada 0,05 sehinggadapat dikatakan bahwa uji normalitas residual terdistribusi normal.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
  - 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 4.11

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kualitas Produk	0,202	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Layanan	0,778	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, dapat dilihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai sig lebih kecil daripada 0,05. Semua variabel independen diatas memiliki nilai sig > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4.12

Hasil Uji multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk	0,531	1.882	Tidak terjadi Multikolonieritas
Kualitas Layanan	0,531	1.882	Tidak terjadi Multikolonieritas

Berdasarkan dari tabel 4.12 diatas, seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance yang lebih besar daripada 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Maka dari itu, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat multikolonieritas atau korelasi antar variabel-variabel independen penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Kesesuaian Model Persamaan Regresi ( Uji F )

Tabel 4.13

Uji Kesesuaian model (Uji F)

F	Sig.
49,402	0,000

Berdasarkan pada Tabel 4.13 diatas dapat dikatakan bahwa diperoleh nilai F hitung lebih besar daripada F Tabel sebesar (49,402 > 3,08) dan nilai



### Uji Koefisien Regresi (Uji t)

signifikansi menunjukkan lebih kecil daripada  $\alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka dapat dijelaskan bahwa hasilnya berupa tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ , yang artinya model persamaan regresi sesuai dan layak digunakan pada penelitian ini.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Hipotesis Penelitian**

Variabel	Koefisien Regresi	Koefisien Regresi Baku	Sig (one-Tailed)
Kualitas Produk	0,363	0,445	0,000
Kualitas Layanan	0,244	0,311	0,001

Berdasarkan tabel 4.14, dapat disimpulkan Uji koefisien Regresi yaitu:

1. Sig (*one-tailed*) untuk kualitas produk sebesar  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi untuk kualitas produk sebesar 0,363 hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Sig (*one-tailed*) untuk kualitas layanan sebesar  $0,001 < 0,05$  dan koefisien regresi untuk kualitas layanan sebesar 0,244 hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,696 <sup>a</sup>	0,485	0,475	0,30239

Dilihat dari tabel 4.15 berdasarkan pada hasil nilai R Square sebesar 0,485 atau sama dengan 48,5%. Dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independent kualitas produk dan kualitas layanan dan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan adalah sebesar 48,5% dan sisanya yaitu sebesar 51,5% sisanya dijelaskan oleh variabel independen lain di luar model penelitian.



## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Dilihat dari hasil uji analisis deskriptif kuesioner yang diisi oleh 108 responden, nilai rata-rata variabel kualitas produk tertinggi sebesar 4,23 yang terdapat pada pernyataan “Produk yang ditawarkan Popeyes memiliki variasi menu makanan dan minuman yang menarik”. Maka terbukti bahwa responden setuju bahwa pada kualitas produk Popeyes memiliki variasi menu yang menarik. Sebaliknya, nilai rata-rata variabel kualitas produk terendah sebesar 3,59 yaitu pada pernyataan “Popeyes memberikan makanan dan minuman dapat diganti apabila terjadi kesalahan pemesanan.”. Meskipun memiliki nilai rata-rata paling rendah, tapi nilai rata-rata masih dalam tafsiran cukup setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa pada kualitas produk berada dalam rentang skala setuju dan berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian terlebih dahulu yang dilakukan Fuad et al (2021), Mahira et al (2021), Sugito et al (2020), Baihaqi et al (2020), Syah dan Pratama (2020), Khairusy dan Febriani (2020), Sinaga et al (2020), Widiantara dan Trianasari (2021), Maulina (2021), menggunakan metode uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis, dengan hasil penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dilihat dari hasil uji analisis deskriptif kuesioner yang diisi oleh 108 responden, nilai rata-rata variabel kualitas layanan tertinggi sebesar 3,99 yang terdapat pada pernyataan “Restoran Popeyes memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan prosedur dan standar yang ditentukan”. Maka terbukti bahwa responden setuju bahwa pada kualitas layanan Popeyes memberikan layanan yang sesuai dengan prosedur dan standar yang ditentukan. Sebaliknya, nilai rata-rata variabel kualitas layanan terendah sebesar 3,07 yaitu pada pernyataan “Karyawan Popeyes menggunakan pakaian rapih dan sopan”. Meskipun memiliki nilai rata-rata paling rendah, tapi nilai rata-rata masih dalam tafsiran cukup setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa pada kualitas layanan berada dalam rentang skala cukup setuju dan berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki nilai signifikansi berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki nilai signifikansi  $0,002 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian terlebih dahulu yang dilakukan Fuad et al (2021), Mahira et al (2021), Sugito et al (2020), Baihaqi et al (2020), Syah dan Pratama (2020), Khairusy dan Febriani (2020), Sinaga et al (2020), Widiantara dan Trianasari (2021), Maulina (2021), menggunakan metode uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis, dengan hasil penelitian bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.



## Kesimpulan dan Saran

### © Kesimpulan

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Popeyes Kelapa Gading. Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini:

- a. Terbukti Kualitas Produk berpengaruh positif pada Kepuasan Pelanggan restoran cepat saji Popeyes Kelapa Gading di Jakarta Utara.
- b. Terbukti Kualitas Layanan berpengaruh positif pada Kepuasan Pelanggan restoran cepat saji Popeyes Kelapa Gading di Jakarta Utara.

### Saran

Saran merupakan hal yang penting untuk peningkatan mutu bagi pihak perusahaan terkait pada penelitian ini, maka peneliti akan memberikan saran untuk:

1. Saran untuk Pihak Perusahaan
  - a. Berdasarkan hasil kuesioner variabel kualitas produk ( $X_1$ ), saran yang dapat diberikan oleh peneliti terhadap Popeyes yaitu segera mengatasi masalah tersebut dengan respon yang baik serta mengucapkan permohonan maaf terhadap pelanggan dan cepat tanggap untuk segera memberikan pesanan yang sesuai.
  - b. Berdasarkan hasil kuesioner variabel kualitas layanan ( $X_2$ ), saran yang dapat diberikan oleh peneliti terhadap Popeyes yaitu memberikan aturan dalam berpakaian dan berbusana yang rapih dan sopan untuk menjaga sikap profesionalitas dalam bekerja.
  - c. saran yang dapat diberikan oleh peneliti terhadap Popeyes yaitu dengan menambah beberapa metode pembayaran lainnya agar dapat memudahkan pelanggan untuk bertransaksi secara tunai dan non-tunai.
2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya
  - a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencari wilayah atau objek penelitian lain dengan jumlah responden yang lebih luas, sehingga dapat memperoleh hasil yang berbeda.
  - b. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian dengan variabel lain sebagai contoh harga, promosi, testimoni pelanggan lain, dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

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



## DAFTAR PUSTAKA

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Ali Sugito, F., Santoso Putra, G., Yustiawan, R., & Ma, B. (2020). 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Jungheirich pada Customer PT. Kobexindo Equipment Di Surabaya'. *Eksekutif*, 17(1), 12.
- Baihaqi, A., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2021). 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kober Mie Setan Soekarno - Hatta Malang'. *Risest Manajemen Progdidi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang*, 9,31–41.  
<http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/6904>
- Khairusy, M. A., & Febriani, R. (2020). 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Pelanggan KFC Store Merdeka Bandung)'. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Banten Jaya Prodi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Banten Jaya*, 3(2).  
<https://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jmb/article/view/811/468>
- Khasan, M. F., Rochaety, E., & Akbari, D. A. (2021). 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Gulai Tikungan Blok M'. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1–13.  
<https://ecampus.pelitabangsa.ac.id/pb/AmbilLampiran?ref=25508&jurusan=&jenis=Item&usingId=false&download=false&clazz=ais.database.model.file.LampiranLain>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In Pearson (15th Global). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome'. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.  
<https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1233>
- Maulina, W. (2021). 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Berlian Beauty Clinic Samarinda'. *Akuntansi Manajemen*, 9(2), 248–254.  
<http://ejournals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/5926>

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



Octo Yurianto, A., & Shinta Dewi, R. (2020). 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Asuransi Unit Link PT. Prudential Life Assurance Semarang)'. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(10), 753–761.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/29776>

Sinaga, Y. A., Hayati, F. A., & Chasanah, U. (2021). 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rich Perfumery ITC Kuningan Jakarta Selatan'. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 3(1), 55–61.

<https://doi.org/10.32493/fb.v3i1.2021.55-61.9152>

Syah, A., & Pratama, A. (2020). 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Holland Bakery Pamulang)'. *Jurnal Guru Kita*, 4(3), 11–19.

<https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jgkp/article/view/19455>

Widiantara, I. W., & Trianasari, T. (2021). 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toyota Avanza di Singaraja'. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 122. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i1.30525>

Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano*. In B. Sarwiji (Ed.), *Indeks (2nd ed.)*. PT. Indeks.

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 : Evander Owen

NIM : 71190119

Tanggal Sidang : Kamis, 31 Agustus 2023

Judul Karya Akhir :

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Popeyes Kelapa Gading

Jakarta, 07 / 09 20 23

Mahasiswa/I

Evander Owen  
(Evander Owen)

Pembimbing

Dr. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M

