



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN CARL'S JR MALL KELAPA GADING

Regina Nadia Calista

Email : reginanadia02@gmail.com

Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Email : tony.sitinjak@kwikkiangie.ac.id

Program Studi Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Abstract

The purpose of this study is to determine customer satisfaction from the Restoran Carl's Jr Kelapa Gading Mall through variable product quality, service quality, and customer satisfaction is the most important thing that must be achieved in a service. This is because if the better the services provided, the customer will be more satisfied. Customer satisfaction is the customer's perception arising from the performance of goods or services whether it is in accordance with customer expectations. Customer satisfaction can be measured using measurement techniques to the relevant attributes of the products and services offered. The object of this research is Restoran Carl's Jr Kelapa Gading Mall. Data collection techniques using communication techniques by distributing questionnaires. For sampling, the technique used is non-probability sampling and the method used is purposive sampling. Data analysis techniques used in this study are the validity test, reliability test, descriptive analysis, classic assumption test and multiple linear regression analysis. The classical assumption test results show that the regression model meets the assumption that 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 the quality of service and product quality has a significance value below 0.05 so that the hypothesis is accepted. The conclusion of this study is the quality of service and product quality has a positive influence on customer satisfaction at Restoran Carl's Jr Kelapa Gading Mall.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan dari Restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading mengenai variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang harus dicapai dalam suatu layanan. Hal ini dikarenakan apabila semakin baik layanan yang diberikan, maka pelanggan akan semakin terpuaskan. Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan yang timbul dari kinerja barang atau jasa apakah sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan teknik pengukuran terhadap atribut-atribut yang relevan dari produk dan layanan yang ditawarkan. Objek penelitian ini adalah Restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner. Untuk pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling* serta metode yang digunakan adalah *purposive 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 layanan dan kualitas produk memiliki nilai signifikansi dibawah 0.05 sehingga hipotesis diterima. Simpulan dari penelitian ini adalah kualitas layanan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading.

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

Email : reginanadia02@gmail.com

Telp : +6287883898836 | Regina Nadia Calista



Pada era globalisasi, industri makanan semakin berkembang dan kebutuhan makan di Indonesia pun makin bertambah pesat terutama di DKI Jakarta. Makan di restoran sudah menjadi tren tersendiri karena pada era globalisasi ini restoran bukan hanya sebagai tempat makan saja juga tempat untuk bersosialisasi, seperti bertemu dengan klien, bertemu dengan rekan bisnis. Pada jaman sekarang ini sedikit orang yang datang ke restoran mereka lebih banyak datang ke rumah.

Banyak jenis-jenis restoran di Indonesia dengan berbagai *range* masing-masing, dari yang rendah sampai kelas atas, dan dari berbagai jenis hidangan, dan di Indonesia restoran *western* sangatlah berkembang bisa dilihat dari (<http://lifestyle.okezone.com/read/2016/08/09/0298/147603/paduan-fast-food-western-dengan-rasa-lokal-banyak-diminati>). Melihat karakter konsumen Indonesia yang selalu ingin mencoba sesuatu yang baru, perkembangan restoran cepat saji / *fast food* sangatlah baik di Indonesia, karena restoran cepat saji menargetkan keluarga yang ingin melakukan rekreasi/ kumpul bersama di restoran cepat saji, dan restoran cepat saji sudah menjadi tren bagi keluarga, anak muda, dan pembisnis yang mempunyai waktu yang sangat terbatas. Di Indonesia sudah banyak restoran cepat saji yang berdiri dan sukses. Saat ini ada beberapa *brand* baru yang masuk, dan masyarakat Indonesia suka dengan sesuatu yang baru sehingga selalu ingin mencoba produk-produk baru, maka timbulah persaingan antar produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar sehingga banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar sehingga terjadilah persaingan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan pada pelanggan. Salah satu cara untuk memuaskan konsumen adalah dengan memberikan layanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya kualitas layanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan membeli ulang dan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya layanan

pelanggan secara lebih matang melalui kualitas layanan. Karena saat ini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek penting untuk bertahan dalam bisnis dan unggul dalam persaingan. Tidak hanya dari layanan saja melainkan kualitas dari produk juga sangat penting untuk kepuasan konsumen, dan produk serupa seperti restoran juga sudah banyak di Indonesia, terutama di Jakarta dan sekitarnya. Setiap perusahaan hidup dari adanya konsumen yang loyal atau sering disebut sebagai pelanggan, karena itulah pelanggan merupakan satu-satunya alasan keberadaan sebuah perusahaan. Kepuasan pelanggan wajib menjadi prioritas setiap perusahaan, menjadikan kepuasan pelanggan sebagai fokus perusahaan merupakan salah satu bentuk pemahaman kebutuhan dalam kondisi perokonomian global saat ini.

Salah satu restoran makanan yang berkembang saat ini adalah restoran Carl's Jr. Restoran Carl's Jr merupakan restoran yang menyajikan *burger* berkualitas tinggi. Tidak seperti restoran *burger* lainnya, semua burger yang disajikan oleh restoran Carl's Jr dimasak setelah pemesanan. Hal ini menjadikan burger yang disajikan lebih segar dan lezat. Bahan yang digunakan juga berkualitas tinggi, adonan daging sapi restoran Carl's Jr berasal dari 100 % daging sapi asli tanpa campuran tepung. Restoran Carl's juga memiliki teknik panggang spesial pada setiap menunya, yang dinamakan "*charbroiled*". Teknik masak ini memanggang burger dari atas dan bawah secara bersamaan, sehingga menghasilkan panggang sempurna pada setiap sisinya. Dengan memberikan kulit produk yang sangat baik akan menarik minat konsumen untuk datang dan makan di restoran Carl's Jr.

Restoran Carl's Jr juga menghadirkan layanan "Happy Star Service" pada setiap gerainya, selain itu restoran Carl's Jr juga memiliki promo setiap hari Selasa yaitu Two for Tuesday yang membuat setiap pelanggan membayar 1 burger untuk 2 burger. Setiap orang akan dilayani dengan layanan yang ramah dan bersahabat. Restoran Carl's Jr juga menyediakan *free refill drinks*, yaitu pengunjung dapat selalu mengisi ulang sepuasnya berbagai jenis minuman.

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2018:81), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti produk tertentu atau fitur layanan, persepsi kualitas produk dan layanan, dan harga. Dimata pelanggan restoran Carl's Jr

Email : reginadial02@gmail.com

Telp : +6287883898836 | Regina Nadia Calista



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

menjadi restoran yang cukup baik dan terkenal, dan terbukti bahwa pelanggan restoran Carl's Jr merasa puas dari segi kualitas produk yang disajikan dan kualitas layanan yang diberikan serta kenyamanan yang diberikan di restoran Carl's Jr. Seperti berbagai varian burger yang ditawarkan serta layanan di restoran Carl's Jr yang baik dan memuaskan.

https://www.tripadvisor.co.id/ShowUserReviews-g297715-d7810763-r563637402-Carl's_Jr_East_Java_Java.html

Jak. Raja Darmo-

Sumahya, East Java Java.html

Terdapat masih ada beberapa konsumen yang merasa tidak puas dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan. Dalam hal ini, kualitas yang dimaksud adalah kualitas pada tingkat kepuasan konsumen. Seperti yang terjadi di restoran Carl's Jr Jakarta, dimana konsumen merasa tidak puas dengan produk yang dijual karena burger yang dipesan dagingnya pahit. (Sumber: <https://www.zomato.com/jakarta/carls-jr-tanjung-duren-reviews>) masalah lain juga terjadi di restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading, konsumen merasa layanan di restoran Carl's Jr sangat kurang karena karyawan menggunakan tempat duduk di restoran tidak memprioritaskan konsumen yang ingin makan di tempat padahal restoran sedang dalam keadaan penuh dan juga sikap karyawan yang tidak ramah serta saat karyawan restoran Carl's Jr meminta strik kepada konsumen untuk meyakinkan bahwa pesanan sesuai, tetapi karyawan restoran Carl's Jr mengantar di meja yang salah dan karyawan restoran Carl's Jr pergi tanpa meminta maaf kepada konsumen tersebut. (Sumber: <http://www.zomato.com/jakarta/carls-jr-kelapa-gading-reviews>)

Dari kejadian tersebut dapat di lihat bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen. Sehingga diharapkan perusahaan dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen dalam waktu yang panjang. Dengan demikian kualitas produk dan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Hal tersebut sangat membantu perusahaan untuk tetap bertahan di dalam persaingan yang cukup ketat. Oleh karena itu kualitas produk dan kualitas layanan harus selalu ditingkatkan.

Email : reginadadia02@gmail.com

Telp : +6287883898836 | Regina Nadia Calista

Fenomena persaingan bisnis di bidang kuliner ini membuat pemilik restoran harus mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan restoran lain dan berinovasi dengan produknya. Perkembangan restoran cepat saji bertumbuh dengan cepat, mulai dari Burger King, McDonald's, KFC, A&W dan lain sebagainya.

Tabel 1.1

Data Sejumlah Restoran *Junk Food* di Indonesia Tahun 2019

Nama Restoran	Nama Perusahaan	Jumlah Gerai
Carl's Jr	PT Tiara Marga Trakindo	24
KFC	PT Fast Food Indonesia	689
Burger King	PT Sari Burger Indonesia	147
McDonald's	PT Rekso Nasional Food	200
A&W	PT Biru Fast Food Nusantara	250

Dengan banyaknya pesaing seperti Burger King, McDonald's, KFC, A&W dan lain sebagainya, membuat restoran Carl's Jr harus terus melakukan inovasi dalam membuat sebuah strategi yang tepat untuk perusahaan. Salah satu strategi yang dilakukan oleh restoran Carl's Jr yaitu terus meningkatkan kualitas produk serta membuat menu-menu baru yang menarik dan memiliki rasa yang lezat.

Kualitas produk dan layanan merupakan unsur utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Apabila produk dan layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka kualitas produk dan layanan restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading yang diberikan baik dan memuaskan. Konsumen yang puas cenderung akan mengulang dan memberikan rekomendasi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading.



Teori Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2014: 253), Kualitas produk adalah karakteristik dari barang dan jasa yang mendukung kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Garvin (1998) dalam jurnal "*Competing on the eight dimension of Quality*" terdapat delapan dimensi yang dapat berfungsi sebagai kerangka berpikir sebagai berikut:

1. *Performance* (Kinerja) merupakan dimensi kualitas yang berkaitan dengan karakteristik utama suatu produk. Contohnya sebuah Televisi, kinerja utama yang kita kehendaki adalah kualitas gambar yang dapat kita tonton dan kualitas suara yang dapat didengar dengan jelas dan baik.

2. *Features* (Fitur) merupakan karakteristik pendukung atau pelengkap dari karakteristik utama suatu produk. Misalnya pada produk kendaraan beroda empat (mobil), Fitur-fitur pendukung yang diharapkan oleh konsumen adalah seperti DVD/CD Player, sensor atau kamera mundur serta *remote control* mobil.

3. *Reliability* (Kehandalan) adalah dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemungkinan sebuah produk dapat bekerja secara memuaskan pada waktu dan kondisi tertentu.

4. *Conformance* (Kesesuaian) adalah kesesuaian kinerja dan kualitas produk dengan standar yang diinginkan. Pada dasarnya, setiap produk memiliki standar ataupun spesifikasi yang telah ditentukan.

5. *Durability* (Ketahanan) berkaitan dengan ketahanan suatu produk hingga harus diganti, biasanya diukur dengan umur atau waktu daya tahan suatu produk.

6. *Serviceability* adalah kemudahan layanan atau perbaikan jika dibutuhkan. Hal ini sering dikaitkan dengan layanan purna jual yang disediakan oleh produsen seperti ketersediaan suku cadang dan kemudahan perbaikan jika terjadi kerusakan serta adanya pusat pelayanan perbaikan (*Service Center*) yang mudah dicapai oleh konsumen.

7. *Aesthetics* (Keindahan) adalah dimensi kualitas yang berkaitan dengan tampilan, bunyi, rasa maupun bau suatu produk. Contohnya bentuk tampilan sebuah ponsel yang ingin dibeli serta suara merdu musik yang dihasilkan oleh ponsel tersebut.

8. *Perceived Quality* (Kesan Kualitas) adalah kesan kualitas suatu produk yang dirasakan oleh konsumen. Dimensi kualitas ini berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas sebuah produk ataupun merek. Seperti ponsel iPhone, mobil Toyota, kamera Canon dan jam tangan Rolex yang menurut kebanyakan konsumen merupakan produk yang berkualitas.

Teori Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016: 156), kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Parasuraman, Berry dan Zeithaml (1994) dalam jurnal "*Alternative Scales for Measuring Service Quality: A Comparative Assesment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria*" terdapat 22 elemen berdasarkan 5 dimensi dari kualitas layanan diatas yang disebut SERVQUAL sebagai berikut:

1. Reliability

- Memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.
- Kehandalan dalam menangani masalah layanan pelanggan.
- Memberikan layanan yang baik sejak awal.
- Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan
- Menjaga catatan lengkap yang bebas kesalahan.

2. Responsiveness

- Memberitahu pelanggan kapan pelayanan akan diberikan.
- Memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan.
- Kesediaan untuk membantu pelanggan.
- Kesiapan dalam menanggapi permintaan pelanggan.

3. Assurance

- Karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan.
- Memberikan rasa aman kepada pelanggan dalam melakukan transaksi dan pembayaran.
- Karyawan berperilaku sopan kepada pelanggan secara konsisten.
- Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.



Empathy

- Memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.
- Karyawan peduli terhadap pelanggan.
- Memiliki karyawan yang mengetahui kebutuhan pelanggan.
- Menempatkan pelanggan sebagai prioritas.
- Memiliki jam operasional yang aman bagi pelanggan.

Capabilities

- Memiliki peralatan yang modern.
- Memiliki fasilitas yang menarik.
- Karyawan berpenampilan rapih dan profesional.
- Memiliki bahan yang secara visual yang berhubungan dengan layanan.

Karakteristik Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016: 424), terdapat empat karakteristik dari layanan yaitu:

Intangibility (Tidak Berwujud) artinya ada jasa tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau dicium sebelum jasa itu diberikan.

Inseparability (Tidak Terpisahkan), jasa umumnya dijual dulu baru kemudian diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu bersamaan.

Variability (Keragaman), jasa bersifat sangat beragam karena merupakan *non-standardized output* yang artinya ada banyak variasi jenis dan kualitas tergantung pada siapa (*who*), kapan (*when*), dan dimana (*where*) jasa tersebut dihasilkan.

Perishability (Tidak Tahan Lama), jasa memiliki karakteristik tak tahan lama dan tidak dapat disimpan karena sifatnya yang tidak berwujud fisik.

Teori Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler Keller (2016 : 153) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang di hasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh suatu produk atau layanan terhadap harapan. Apabila kinerja atau pengalaman yang diterima tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan tidak merasa puas. Sebaliknya apabila kinerja atau

Email : reginadial02@gmail.com

Telp : +6287883898836 | Regina Nadia Calista

pengalaman sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas.

Menurut Kotler dan Amstrong (2014 : 35), kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja suatu produk sesuai dengan ekspektasi konsumen, kepuasan konsumen tergantung pada hubungan kinerja produk dengan ekspektasi konsumen, jika kinerja dari produk itu gagal maka konsumen tidak puas, sebaliknya jika kinerja dari produk sesuai dengan ekspektasi konsumen, maka konsumen merasa puas.

Dari beberapa pengertian diatas, maka penulis mencoba merangkum pengertian dari kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan sebagai respon dari ekspektasi dan kenyataan sebelum dan setelah pembelian.

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2018: 81) terdapat faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

- Product and Service Features**, kepuasan pelanggan dengan suatu produk atau layanan dipengaruhi secara signifikan oleh evaluasi pelanggan terhadap fitur-fitur produk atau layanan.
- Customer Emotion**, emosi pelanggan juga dapat memengaruhi persepsi kepuasan mereka terhadap produk dan layanan. Emosi ini bisa menjadi emosi yang stabil dan sudah ada sebelumnya.
- Attributions for Service Success or Failure**, ketika pelanggan dikejutkan oleh suatu hasil (layanan ini jauh lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan), mereka cenderung mencari alasannya dan penilaian mereka atas alasan tersebut yang dapat memengaruhi kepuasan mereka.
- Perceptions of Equity or Fairness**, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh persepsi keadilan.
- Other Customers, Family Members, and Co-workers**. Selain fitur produk dan layanan serta perasaan dan keyakinan seseorang, kepuasan pelanggan sering kali dipengaruhi oleh orang lain.

KERANGKA PEMIKIRAN

- Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut hasil penelitian Prita Saraswati, Srihandi Kumadji, dan Yusri Abdillah (2014), menyatakan



bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Sedangkan, menurut hasil penelitian Yetty Husnul Hayati dan Gracia Sekartaji (2015) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

H₁: Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

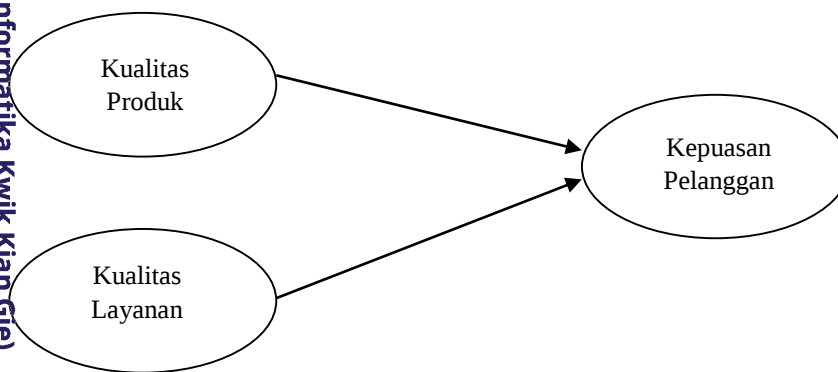
H₂: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut hasil penelitian Shandy Widjono Putro dan Prof. Dr.Hatane

Semuel, MS., Ritzky Karina M.R. Brahmana, S.E., M.A (2014) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian pula menurut hasil penelitian Vera Ningsih, Rosida P.Adam, dan Yoberth Kornelius (2015) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap ,dan jaminan yang ada yang berpengaruh paling signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu kehandalan.

H₂: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah Restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading. Sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli dan mengonsumsi produk Restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner di daerah Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Variabel *independent* (variabel bebas) berupa kualitas produk dan kualitas layanan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk

melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Sedangkan variabel *dependent* (variabel terikat) berupa kepuasan pelanggan, yaitu tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima disesuaikan dengan harapannya.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* atau yang disebut juga penarikan sampel secara tidak acak. Dalam teknik *nonprobability sampling* menurut Sekaran dan Bougie (2017: 59), elemen tidak memiliki peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai

Email : reginadial02@gmail.com

Telp : +6287883898836 | Regina Nadia Calista



sumbar. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2017:67), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya pihak yang memiliki data atau mereka memenuhi beberapa kriteria yang di tentukan oleh peneliti. Dalam hal ini, responden yang dipilih yaitu orang-orang yang pernah membeli dan mengonsumsi burger merek Capita Capi's Jr di Mall Kelapa Gading.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan komunikasi dengan menyebarkan kuesioner kepada responden berupa pertanyaan mengenai kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup. Kuesioner disebarkan dengan menggunakan skala likert.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Menurut Imam Ghazali (2016: 52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur.

Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghazali (2016: 47), Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji Normalitas

Menurut Imam Ghazali (2016: 154), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistic non-parametrik Kolmogorov – Smirnov (K - S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

Email : regina.nadia02@gmail.com

Telp : +6287883898836 | Regina Nadia Calista

H_0 : data residual berdistribusi normal.

H_a : data residual tidak berdistribusi normal.

Dengan signifikan ($\alpha = 5\%$), maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- Jika $p\text{-value} > \alpha$, maka data dikatakan berdistribusi normal.
- Jika $p\text{-value} < \alpha$, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghazali (2016: 103), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika $VIF \leq 10$, maka bebas multikolinieritas.
- Jika $VIF \geq 10$, maka terdapat multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghazali (2016: 134), Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah sebagai berikut:

- Jika koefisien *parameter sign* < 0.05 , maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika koefisien *parameter sign* > 0.05 , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi penelitian layak atau tidak untuk digunakan. Hasil uji F dilihat dalam table ANOVA dalam kolom sig. Maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Sig-F < 0.05 , maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan model regresi layak digunakan.



Jika nilai Sig-F > 0.05, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan model regresi tidak layak digunakan.

positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghazali (2016: 95), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menertangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel terikat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

- $R^2 = 0$, artinya variabel bebas (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).
- $R^2 = 1$, artinya variabel bebas (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

Jika uji F hasilnya adalah tolak H_0 , maka pengujian selanjutnya akan dilakukan pengujian

Signifikan Koefisien (uji t)

Hal ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat pada kolom sig. Dasar keputusannya adalah sebagai berikut:

Jika sig. < 0.05, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Jika sig. > 0.05, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif Uji Validitas

Tabel 1.2

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

No	Variabel Kualitas Produk	r hitung	Keterangan
1	Burger restoran Carl's Jr memiliki cita rasa yang enak	0,42	Valid
2	Burger restoran Carl's Jr memiliki aroma yang wangi	0,804	Valid
3	Terdapat berbagai pilihan daging yang ditawarkan	0,525	Valid
4	Rasa dari produk yang disajikan selalu konsisten dari waktu-kewaktu	0,441	Valid
5	Burger yang disajikan sesuai dengan yang tertulis dalam menu	0,461	Valid
6	Burger yang tidak sesuai dapat diperbaiki dengan cepat	0,741	Valid
7	Burger yang ditawarkan memiliki rasa yang unik	0,517	Valid
8	Cara penyajian dari burger yang menarik	0,566	Valid
9	Produk burger yang ditawarkan berkualitas baik	0,687	Valid

Sumber : Output SPSS 22

Email : reginadialia02@gmail.com

Telp : +62 87883898836 | Regina Nadia Calista



Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel kualitas produk pada tabel 1.1, didapatkan bahwa semua r hitung lebih besar daripada r tabel yaitu 0.361, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan dalam variabel kualitas produk valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 1.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

No	Variabel Kualitas Layanan	r hitung	Keterangan
1	Restoran Carl's Jr memiliki desain tempat yang menarik secara visual	0,575	Valid
2	Penampilan karyawan restoran Carl's Jr rapi	0,428	Valid
3	Restoran Carl's Jr memberikan layanan seperti yang dijanjikan	0,545	Valid
4	Karyawan restoran Carl's Jr mampu menangani masalah pelanggan dengan baik	0,58	Valid
5	Restoran Carl's Jr menyediakan layanan sesuai dengan jam operasional yang dijanjikan	0,448	Valid
6	karyawan restoran Carl's Jr memberikan layanan yang baik secara konsisten sejak awal	0,392	Valid
7	Karyawan restoran Carl's Jr memberi tahu pelanggan kapan layanan akan dilakukan	0,612	Valid
8	Restoran Carl's Jr memiliki layanan yang cepat	0,501	Valid
9	Karyawan restoran Carl's Jr bersedia dalam membantu pelanggan.	0,569	Valid
10	Karyawan restoran Carl's Jr siap untuk menanggapi keluhan pelanggan.	0,585	Valid
11	Karyawan restoran Carl's Jr dapat dipercaya oleh pelanggan.	0,469	Valid
12	Karyawan restoran Carl's Jr bersikap sopan secara konsisten.	0,669	Valid
13	Karyawan restoran Carl's Jr memiliki pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan pelanggan.	0,656	Valid
14	Karyawan restoran Carl's Jr memberikan perhatian individu kepada pelanggan.	0,515	Valid
15	Karyawan restoran Carl's Jr peduli kepada tiap pelanggan.	0,606	Valid
16	Restoran Carls Jr memahami apa yang pelanggan inginkan.	0,726	Valid

Sumber : Output SPSS 22



Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel kualitas layanan pada tabel 1.2, didapatkan bahwa semua r hitung lebih besar daripada r tabel yaitu 0.361, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan dalam variabel kualitas layanan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

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

Tabel 1.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Variabel Kualitas Produk	r hitung	Keterangan
1	Saya puas dengan burger yang ditawarkan restoran Carl's Jr.	0,604	Valid
2	Saya puas dengan layanan yang di berikan restoran Carl's Jr.	0,653	Valid
3	Saya senang dengan burger restoran Carl's Jr yang memuaskan.	0,614	Valid
4	Saya senang dengan layanan yang diberikan restoran Carl's Jr karena memuaskan.	0,512	Valid
5	Saya puas dengan adanya berbagai macam cara pembayaran yang disediakan oleh restoran Carl's Jr.	0,449	Valid
6	Saya puas dengan restoran Carl's Jr karena produk yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan	0,462	Valid
7	Saya puas dengan restoran Carl's Jr karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan	0,622	Valid
8	Saya puas dengan restoran Carl's Jr karena pengalaman yang di dapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain.	0,68	Valid

Sumber : Output SPSS 22

Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel kepuasan pelanggan pada tabel 1.3, didapatkan bahwa semua r hitung lebih besar daripada r tabel yaitu 0.361, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan dalam variabel kepuasan pelanggan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 1.5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualias Produk	0.851	Reliabel
Kualitas Layanan	0.892	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.842	Reliabel

Sumber : Output SPSS 22



Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 1.4, nilai masing-masing variabel penelitian dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0.70 yang berarti masing-masing variabel reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Asumsi Klasik

Tabel 2
Hasil Uji Asumsi Klasik

Nama Pengujian	Kriteria		Nilai Hasil Uji		Keterangan
Normalitas	Asymp. Sig.(2-tailed)>0,05		0.200		Data residual berdistribusi normal.
Multikolinearitas	Tol>0,1	VIF<10	Semua Tol>0,1	Semua VIF<10	Variabel independen bebas multikolinearitas.
	Standardized Coefficient		KP 0.282	KL 0.464	Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang lebih besar dibanding Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.
Heteroskedastisitas	Sig > 0,05		Semua diatas 0,05		Data tidak terjadi heteroskedastisitas.

Sumber : Output SPSS 22

3. Analisis Regresi Berganda

Tabel 3
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Nama Pengujian	Kriteria	Hasil	Keterangan
F	Sig. < 0.05	0.000	Kualitas Produk dan Kualitas Layanan dapat digunakan untuk memprediksi Kepuasan Pelanggan.
t	Sig. < 0.05	Semua < 0.05	Terdapat pengaruh positif Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara individual terhadap Kepuasan Pelanggan.
Koefisien Determinasi	$0 \leq R^2 \leq 1$	0.518	Variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk sebesar 51,8%

Sumber : Output SPSS 22

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.



1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Prita Saraswati, Sri Kandi Kumadji, dan Yusri Abdillah (2014), Ribanus Wantara and Muhammad Tambrin (2019), dan Yetty Husnul Hayati (2015). Dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kualitas suatu produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Shandy Widjoyo Putro dan Prof. Dr. Hatane Samuel, Rizky Karina M.R. Brahmana, S.E., M.A (2014), Hamad Saleem and Naintara Sarfraz Raja (2014), dan Vera Ningsih (2015). Dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menjelaskan bahwa jika layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai nilai Koefisien Regresi Terstandarisasi (Beta) lebih besar daripada kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa, bagi pelanggan Restoran Carl's Jr kualitas layanan merupakan faktor penting dibandingkan dari kualitas produk itu sendiri.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk burger yang diberikan restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading kepada pelanggan secara keseluruhan dapat dikatakan baik hal ini bisa dilihat dari indikator untuk mengukur kualitas produk menunjukkan rata-rata pelanggan menjawab setuju.
2. Kualitas layanan yang diberikan restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading secara keseluruhan sudah dapat dikatakan baik karena sebagian besar indikator kualitas layanan yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan menunjukkan bahwa pelanggan setuju.
3. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Apabila kualitas produk meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat juga.

4. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila kualitas layanan meningkat maka kepuasan pelanggan

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa hal yang disarankan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading sebaiknya terus meningkatkan dan menjaga kualitas produknya agar pelanggan tetap merasa puas. Misalnya dengan melakukan inovasi seperti membuat menu-menu baru dengan variasi rasa terbaru yang berbeda dari pesaing agar pelanggan merasa tertarik dan meningkatkan layanan untuk memperbaiki produk burger yang tidak sesuai dengan cepat.
2. Restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading harus tetap mempertahankan kualitas layanan dan terus meningkatkan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Misalnya dengan melakukan pelatihan bagi setiap karyawan agar dapat menghadapi pelanggan, melayani

Email : reginadial02@gmail.com

Telp : +6287883898836 | Regina Nadia Calista



pelanggan dengan lebih baik, konsisten sesuai dengan prosedur yang ada, dan meningkatkan rasa empati terhadap pelanggan dengan memberi perhatian secara individual kepada setiap pelanggan.

Restoran Carl's Jr Mall Kelapa Gading harus memperhatikan pelanggan yang sudah puas dengan memberikan kualitas produk dan kualitas layanan yang baik dan konsisten agar pelanggan dapat terpenuhi sehingga pelanggan akan tetap loyal dan membawa pelanggan baru.

SARAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Kwik Kian Gie School of Business.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, doa, penjelasan, dan dorongan moral dari semua pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan rasa hormat, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing peneliti selama proses skripsi, yaitu:

1. Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan pendapat, saran, dan nasehat, serta bimbingan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Seluruh dosen pengajar di Kwik Kian Gie School of Business yang telah memberikan ilmu kepada peneliti, dan kepada seluruh staf perpustakaan Kwik Kian Gie School of Business yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Terima kasih kepada orang tua, dan keluarga besar yang selalu mendukung peneliti dalam mengerjakan skripsi ini baik melalui semangat, hiburan, nasehat dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Terima kasih kepada sahabat-sahabat peneliti yang telah mendukung, menyemangati,

mendoakan, membantu, dan menghibur peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Terima kasih kepada para responden yang bersedia membantu peneliti untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
6. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak kekurangan, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Tuhan memberkati.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Cooper, Donald R., Pamela S Schindler (2014), *Bussines Research Methods*, Edisi 12, New York : McGraw Hill.
- Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F., William C., Black Barry J., Babin Rolph E., Anderson (2014), *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*, US : Pearson.
- Kotler, Philip., Gary Amstrong (2014), *Principles of Marketing*, 15th Global Edition, England : Pearson.
- Kotler, Philip., Kevin L. Keller (2016), *Marketing Management*, 15th Global Edition, England : Pearson.
- Sekaran,Uma., Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis* Edisi 6. Buku 1 , Terjemahan oleh Tim Editor, Jakarta, Penerbit Wiley.
- Sekaran,Uma., Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis* Edisi 6. Buku 2 , Terjemahan oleh Tim Editor, Jakarta, Penerbit Wiley.
- Tjiptono, Fandy (2019), *Strategi Pemasaran* Edisi 4, Yogyakarta: Andi.

Email : reginadialia02@gmail.com

Telp : +6287883898836 | Regina Nadia Calista



Pislar, Husein (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner., Dwayne G. Greiner (2018), *Service Marketing : Integrating Customer Focus Across The Firm*, 7th Edition, New York: McGraw-Hill Education.

David A. Garvin, 1987, 'Competing on the Dimensions of Quality', *market research*, diakses November 2019, <http://hrm.org/1987/11/competing-on-the-dimensions-of-quality>.

Yusuf, Yety Husnul., Gracia Sekartaji, 2015, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo'. Vol. 1 No. 1. Diakses November 2019, <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jimfe/article/view/455/372>

Angsih, Era., Rosida P. Adam., Yoberth Cornelius, 2015, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan Jasa "Rumah Laundry" di Kecamatan Palu Selatan'. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 1 No. 1. Palu, di akses Oktober 2019, <https://id.123dok.com/document/qm0d8x8y-pengaruh-kualitas-layanan-terhadap-kepuasan-konsumen-menggunakan-jasa-rumah-laundry-di-kecamatan-palu-selatan.html>

Parasuraman, A., Leonard L Berry., Valerie A Zeithaml, 1991, 'Understanding Customer Expectations of Service'. *Sloan Management Review*, pg 39, diakses November 2019, https://www.researchgate.net/profile/ValarieZeithaml/publication/225084143_Understanding_Customer_Expectations_of_Service/links/02e7e3cd16b876407000000/Understanding-Customer-Expectations-of-Service.pdf

Parasuraman, A., Valerie A Zeithaml., Leonard L Berry, 1994, 'Alternative Scales for Measuring Service Quality—A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria', vol. 70, No. 3, diakses November 2019, https://www.researchgate.net/profile/ValarieZeithaml/publication/222479881_Alternative_Scales_for_Measuring_Service_Quality-

A Comparative- Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria/links/59f0e53ba6fdcc1dc7b8f28c/Alternative-Scales-for-Measuring-Service-Quality-A-Comparative-Assessment-Based-on-Psychometric-and-Diagnostic-Criteria.pdf

Putro, Shandy Widjoyo., Hatane Semuel., Ritzky Karina M.R. Brahmana, 2014, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Restoran Happy Garden Surabaya', Jurnal Manajemen Pemasaran, vol. 2, no. 1, pp. 1-9 , Surabaya, diakses Oktober 2019, <https://media.neliti.com/media/publications/140294-ID-pengaruh-kualitas-layanan-dan-kualitas-p.pdf>

Saleem, Hamad., Naintara Sarfraz Raja, 2014, 'The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Brand Image: Evidence from Hotel Industry of Pakistan'. *Journal of Scientific Research*. 19 (5) : (706 – 711). Pakistan, di akses bulan Oktober 2019, <https://pdfs.semanticscholar.org/0cbe/ccab1fc4261cbc473c3b298f2bac7f4eecd.pdf>

Saraswati, Prita., Srikandi Kumadji., Yusri Abdillah, 2014, 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan' (Survey pada Pelanggan *Coffee Shop* Starbucks di Surabaya dan Kuala Lumpur). Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 14 No. 1. Semarang, di akses Oktober 2019, <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/577/779>

Wantara, Pribanus., Muhammad Tambrin, 2019, 'The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal*'. 2 (1): (1-9). Madura, diakses Oktober 2019, <https://rpajournals.com/wp-content/uploads/2019/02/ITHJ-2019-01-14.pdf>

Website

Di Indonesia restoran *western* sangatlah berkembang, di akses Agustus 2019

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



<http://lifestyle.okezone.com/read/2016/08/19/298/1467603/paduan-fast-food-western-dengan-rasa-lokal-banyak-diminati>

Data sejumlah restoran *fastfood* di Indonesia Tahun 2019, di akses Agustus 2019

Diliat <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190323/190347/mcdonalds-buka-gerai-ke-200>

Diliat <https://industri.kontan.co.id/news/mahadya-siap-siap-untuk-selanjutnya-13-gerai-baru-sepanjang-tahun-2019>

Diliat <https://suabaya.bisnis.com/read/20190830/542677/burger-king-perkuat-pasar-lui>

Diliat <https://suabaya.tribunnews.com/2019/04/30/mahadya-pertumbuhan-jumlah-konsumen-ramadhan-aw-restaurant-luncurkan-2-look-baru>

Diliat <https://industri.kontan.co.id/news/fastfood-indonesia-fast-telah-buka-25-gerai-baru-hingga-akhir-mei-2019>

konsumen kecewa dengan kualitas produk Carls Jr, di akses September 2019 <http://www.zomato.com/jakarta/carls-jr-tanjung-duren/reviews>

konsumen kecewa dengan kualitas layanan Carls Jr di akses September 2019 https://www.facebook.com/pg/CarlsJrIndo/reviews/?ref=page_internal