



# UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

## FAKULTAS TEKNIK

Kampus I: Jl. Harsono RM No.67, Ragunan, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12550

Telepon: (021) 27808121 - 27808882

Kampus II: Jl. Raya Perjuangan, Marga Mulya, Bekasi Utara, Jawa Barat

Telepon: (021) 88955882 Fax.: (021) 88955871

Web: [www.ubharajaya.ac.id/](http://www.ubharajaya.ac.id/). Email: [ft@ubharajaya.ac.id](mailto:ft@ubharajaya.ac.id)

### SURAT TUGAS

Nomor: ST/170/VII/2021/FT-UBJ

Pertimbangan : Bawa dalam rangka Penelitian Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sebagai penunjang Tri Dharma Perguruan Tinggi di Universitas Bhayangkara Jakarta, maka untuk itu perlu dikeluarkan Surat Tugas.

- Dasar :
- Keputusan Mendiknas RI Nomor : 184/V/2001, tanggal 23 Nopember 2001, tentang Pedoman, Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi.
  - Keputusan Dirjen Dikti Nomor : 034/Dikti/Kep/2002, tanggal 3 Juli 2002, tentang Perubahan dan Peraturan Tambahan Pedoman Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi.
  - Rencana Kerja dan Anggaran Pembelanjaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Tahun 2020/2021.

### DITUGASKAN

No.	NAMA	NIDN
1.	Arif Nuryono, S.T., M.T.	0319037702
2.	Alloysius Vendhi Prasmoro, S.T., M.T.	0317117905

- Untuk :
- Bertugas untuk membuat jurnal dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji" yang sedang dalam proses submit pada Journal Operation Excellent.
  - Melaporkan hasil pelaksanaan kegiatan tersebut secara tertulis kepada Dekan Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
  - Melaksanakan perintah ini dengan penuh rasa tanggung jawab.

Dikeluarkan di : Bekasi  
Pada Tanggal : 19 Juli 2021



Paraf:

1. Ka. Prodi TID. 

2023.01.04 20:02  
Scanned by CamScanner



Cert. No. 493584 QM15

SERTIFIKAT  
Diberikan kepada

**Arif Nuryono, ST., MT**

19-6-21/KGT1/PMKL/0005

Sebagai :

PEMAKALAH

**3<sup>rd</sup> MERCU BUANA CONFERENCE ON INDUSTRIAL ENGINEERING**

Jakarta, 19 Juni 2021

Ketua Program Studi  
Magister Teknik Industri

**Dr. Ir. Zulfa Fitri Ikatrinasari, MT**



Ketua Panitia  
Seminar Nasional MBCIE

**Dr. Choesnul Jaqin, M.Sc**



MERCU BUANA

ISBN : 978-623-93423-1-9



# PROCEEDING MBCIE

**3<sup>RD</sup>** Mercu Buana  
Conference on  
Industrial Engineering

" Research Development  
based on Literature Review "

<https://www.mbcie.com/>  
[mti.pasca.mercubuana.ac.id](http://mti.pasca.mercubuana.ac.id)

Program Studi Magister Teknik Industri  
Universitas Mercu Buana Jakarta

19<sup>th</sup> June 2021

[www.mercubuana.ac.id](http://www.mercubuana.ac.id)

## Themes :

- Management Operation
- Quality Engineering
- Manufacturing System
- Value Engineering
- Optimization
- Automation Industry
- Strategic Management
- Production Planning
- Risk Management
- Service Engineering
- Simulation of Industrial System
- Others.

**PROSIDING SEMINAR NASIONAL**

**3<sup>rd</sup> Mercu Buana Conference on Industrial Engineering-MBCIE 2021**  
**“Research Development based on Literature Review”**

Universitas Mercu Buana Jakarta, 19 Juni 2021



**PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2021**

**SUSUNAN PANITIA  
PROSIDING SEMINAR NASIONAL**

**3<sup>rd</sup> Mercu Buana Conference on Industrial Engineering-MBCIE 2021**  
**“Research Development based on Literature Review”**

Ketua Panitia	:	Dr. Choesnul Jaquin, M.Sc
Sekretaris	:	Indra Setiawan, ST
Bendahara	:	Dwi Mayasari, SE
Sie Humas	:	Bayu Hari Nugroho, ST
Sie Acara	:	Tri Aprianto, ST Algi Fahri, ST Patodi Parjuli Kurniawan, ST
MC	:	Nurfitri Rahmawati, ST
Session Chair	:	Dr. Lien Herliani Kusumah, SE. MT. Dr. Alfa Firdaus, ST. MT. Dr. Arif Zulkifli, ST. MM. Dr. Zulfa Fitri Ikatrinasari, MT. Dr. Eng. Sumarsono Sudarto, MT. Dr. Sawarni Hasibuan, MT.

Reviewer:

Dr. Ir. Sawarni Hasibuan, MT.  
Dr. Choesnul Jaquin, M.Sc.  
Dr. Humiras Hardi Purba, MT.  
Dr. Hasbullah, MT.

Editorial Board:

Dr. Ir. Sawarni Hasibuan, MT. (Universitas Mercu Buana)  
Dr. Choesnul Jaquin, M.Sc (Universitas Mercu Buana)  
Dr. Humiras Hardi Purba, MT. (Universitas Mercu Buana)  
Dr. Hasbullah, MT. (Universitas Mercu Buana)

Setting/Layout:

Algi Fahri, ST  
Indra Setiawan, ST

ISBN : 978-623-93423-1-9

Publisher:

Program Studi Magister Teknik Industri  
Fakultas Teknik  
Universitas Mercu Buana Jakarta

Editorial Staff:

Universitas Mercu  
Buana Telp. (021)  
31934471  
mti.pasca.mercubuana.ac.id  
email: [mti@mercubuana.ac.id](mailto:mti@mercubuana.ac.id)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang terus mencerahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, sehingga Seminar Nasional dan Call for Papers Hasil Penelitian 3rd Mercu Buana Conference on Industrial Engineering-MBCIE 2021 dapat terlaksana dengan baik dan buku Prosiding ini dapat diterbitkan.

Tema “Research Development based on Literature Review”, dipilih dengan alasan untuk memberikan perhatian dunia akademik tentang pentingnya pengetahuan akan arah pengembangan penelitian/riset bidang Teknik Industri. Para akademisi dari Perguruan tinggi di Indonesia sedang berupaya meningkatkan jumlah dan kualitas penelitian, namun pengetahuan akan arah bidang yang potensial untuk diteliti di masa yang akan datang, sangat perlu dipahami oleh para peneliti khususnya para Mahasiswa dan Dosen Bidang Ilmu Teknik Industri khususnya yang terkait dengan tema ini.

Seminar 3<sup>rd</sup> Mercu Buana Conference on Industrial Engineering-MBCIE 2021 diikuti oleh Mahasiswa dan Dosen yang aktif melakukan riset dan publikasi yang terkait dengan Ilmu Teknik Industri dari berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia. Para pemakalah membahas hasil-hasil penelitian berbagai topik seperti: Manajemen Operasi, Productivity Improvement, Quality Engineering, Manufacturing System, Value Engineering, Supply Chain Management, Quality Management, Simulasi Sistem Industri, Otomasi Industri, Optimasi, Product Development, Production Planning, Innovation, Management Strategic, dan bidang lainnya.

Akhir kata, kami segenap Panitia Pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Pimpinan Universitas Mercu Buana Jakarta, Pemakalah, Pembicara Utama dan segenap Peserta yang telah berupaya menyukseskan acara Seminar 3<sup>rd</sup> Mercu Buana Conference on Industrial Engineering-MBCIE 2021 ini. Semoga Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa meridhoi semua usaha baik kita.

Jakarta, 19 Juni 2021



Dr. Ir. Sawarni Hasibuan, MT.

Ketua Program Studi Magister Teknik Industri  
Universitas Mercu Buana Jakarta

## **DAFTAR ISI**

PROSIDING SEMINAR NASIONAL .....	i
SUSUNAN PANITIA .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
1. LEAN SIX SIGMA: LITERATURE REVIEW AND IMPLEMENTATION FOR TEXTILE AND TEXTILE PRODUCT (TTP) INDUSTRIES .....	1
Hibarkah Kurnia, Ojakma Tumanggor, Choesnul Jaqin	
2. ANALISIS PERAWATAN MESIN CASTING MELALUI PENDEKATAN TOTAL PRODUCTIVE MAINTENANCE (TPM) .....	11
Sukirno, Fuad Achmadi	
3. LITERATURE REVIEW ON TRANSPORT AND DISTRIBUTION SIMULATION IN THE AGRICULTURAL INDUSTRY .....	20
Rizkha Rida	
4. IMPLEMENTASI METODE KAIZEN DI BERBAGAI INDUSTRI: KAJIAN LITERATUR SISTEMATIS .....	36
Hasiholan Manurung, Dias Irawati Sukma, Indra M. Fahturizal, Humiras H. Purba	
5. IDENTIFIKASI STRATEGI DAN FAKTOR KEBERHASILAN PERUSAHAAN STARTUP: STUDI KASUS PERUSAHAAN STARTUP MAKANAN DAN MINUMAN DI INDONESIA .....	46
Anindhita Yusi, Agustin Dede, Agus	
6. IMPLEMENTATION OF ACTIVITY BASED COSTING (ABC) METHOD FOR INDUSTRY IN INDONESIA: LITERATURE REVIEW .....	53
Tri Aprianto, Indra Setiawan, Bambang Setiawan, Fikri Al Latief, Humiras Hardi Purba	
7. PENINGKATAN KUALITAS PART KULKAS 2PINTU DENGAN METODE DMAIC .	61
Salmon Tampubolon, Bayu Hari N.	
8. BARRIER DALAM IMPLEMENTASI REVERSE LOGISTICS: LITERATURE REVIEW .....	74
Apriyani, Ainun Nadia, Ika Yunita	
9. PERBAIKAN MODEL PERAMALAN DAN MODEL PERSEDIAAN REAGENT KIMIA DI PT OPQ UNTUK MENDAPATKAN PERSEDIAAN OPTIMUM .....	82
Paduloh, Yunita Puspaningrum, Ika Yunita	
10. APLIKASI INTERPRETATIVE STRUCTURAL MODEL DALAM PENELITIAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: LITERATUR REVIEW .....	91
Ika Yunita, Sawarni Hasibuan, Paduloh	
11. ANALISIS KRITERIA PEMASOK SUKU CADANG KERETA API DENGAN FUZZY DELPHI METHOD .....	99
Robby Adi Asmara, Lien Herliani K.	

12. STUDI KASUS: PENERAPAN LEAN SIX SIGMA DENGAN PENDEKATAN DMAIC DALAM MENURUNKAN WASTE DEFECT PADA LINI PERAKITAN KENDARAAN RODA EMPAT .....	107
Setiawan, Algi Fahri, Choesnul Jaqin	
13. A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW OF STATISTICAL PROCESS CONTROL (SPC) IMPLEMENTATION IN INDUSTRIES.....	118
Syaiful Anwar, Humiras H. Purba, Erick Odi Wijaya, Erie Yurizki, Ferly Juliansyah	
14. BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF PERFORMANCE PRISM .....	130
Alvina Putri Utami, Gayuh Lemadi, Hendi Herlambang	
15. BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF BULLWHIP EFFECT BASE ON GOOGLE SCHOLAR DATABASE .....	140
Gayuh Lemadi, Alvina Putri Utami, Hendi Herlambang	
16. SELECTION OF PRIORITY CRITERIA AND SUB-CRITERIA ON CARTON PACKAGING SUPPLIERS USING ANALYTHICAL HIERARCHY PROCESS (AHP).....	149
Meilily Angely, Hendi Herlambang	
17. IMPLEMENTASI AHP SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PROCUREMENT PADA INDUSTRI POMPA PEMADAM .....	158
Patodi Parjuli K, Muhammad Wahid, Suratno, Agung Raksa Yudha	
18. USULAN KEAMANAN PROSES PRODUKSI ISOLATOR TRAFO DENGAN METODE RISK REDUCTION MANAGEMENT : STUDI KASUS DI PERUSAHAAN TRAFO ..	166
Hendri	
19. ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTORAN CEPAT SAJI STUDI KASUS : DI KFC (KENTUCKY FRIED CHICKEN) CABANG METLAND TAMBUN .....	175
Arif Nuryono, Alloysisus Vendhi P., Widya Prastika	
20. ANALISIS PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PERSEDIAAN OBAT MENGGUNAKAN METODE SDLC (SOFTWARE DEVELOPMENT LIFE CYCLE) DI INDUSTRI RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK .....	188
Zaky Wibowo, Bonivasius Ichiarto P.	
21. TREND LINKEDIN SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DAN BRANDING B2B DI ERA NEW NORMAL .....	196
Laras Ati Sugiyanto, Choesnul Jaqin	
22. IMPLEMENTASI KONSEP 5S PADA INDUSTRI BAJA DI INDONESIA.....	204
Rahmat Putra Z., Bayu Hari N., Dwinita Chika Finira, Nurfitri Rachmawati	
23. ANALISIS FAKTOR PENENTU KESUKSESAN IMPLEMENTASI ENTERPRISE RESOURCE PLANNING DI INDUSTRI FARMASI DENGAN PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS .....	212
Daddy Kadarsan, Bonivasius Ichiarto P.	

24. A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW OF 5W1H IN MANUFACTURING AND SERVICES INDUSTRIES.....	220
Yuliani Fauziah, Ekalia Yanasari, Aprillia Susmita, Dina Rosdiana, Sarah Isniah, Humiras Hardi Purba	
25. A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW OF MALCOLM BALDRIGE NATIONAL QUALITY AWARD (MBNQA) IN ORGANIZATION .....	227
Ojakma Tumanggor, Humiras Hardi Purba	
26. COCOMOSAIC PRODUCT QUALITY CONTROL WITH DMAIC APPROACH ANALYSIS .....	234
Hadiyanto Denny, Humiras Hardi Purba	
27. A REVIEW PAPER OF SIX SIGMA APPROACHES IN UNITED STATES (US) INDUSTRIES .....	242
Saiful Hendra, Yuliani Fauziah, Deni A. Taufik, Edward Steven, Humiras Hardi Purba	
28. ANALISA PERBAIKAN TINGKAT KELUHAN PELANGGAN DENGAN METODE TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) DI INDUSTRI MANUFAKTUR MAKANAN.....	251
Nofitasari Damayanti, Hasbullah	
29. ANALISA KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENILAIAN INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT (IKM) DI DINAS ESDM BANTEN DENGN MENGGUNAKAN METODE SEM PLS .....	259
Jimmy S. HP. Sitanggang, Dana Santoso Saroso	
30. PENINGKATAN LAYANAN LABORATORIUM PENGUJIAN MENGGUNAKAN KONSEP LEAN.....	268
Nurwahid Hidayatullah, Humiras Hardi Purba	
31. ANALISIS FAKTOR PENENTU PELATIHAN ASURANSI SECARA DARING DI INDONESIA : PENDEKATAN PEMODELAN PERSAMAAN STRUKTURAL .....	276
Bayu Hari N., Salmon Tampubolon, Erik Odi Wijaya, Rahmat Putra Z., Ferly Juliansyah	
32. STUDI LITERATUR: PENGEMBANGAN FRAMEWORK BIG DATA ANALYTIC (BDA) DI DISTRIBUSI TENAGA LISTRIK PLN.....	282
Very Fernando, Hasbullah	
33. SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: MEDIA PEMBELAJARAN GAMELAN PADA ERA INDUSTRI 4.0 .....	292
Hesty Wulandari, Haryadi Sarjono, Dyah Eko S.	
34. TINJAUAN PUSTAKA SISTEMATIS: REVITALISASI WAYANG MENUJU INDUSTRI 4.0 MENGGUNAKAN APLIKASI MEDIA PEMBELAJARAN .....	300
Andriyani, Haryadi Sarjono, Dyah Eko S.	
35. OPTIMASI PERENCANAAN PERAWATAN PESAWAT UDARA DENGAN K-MEAN CLUSTERING.....	307
Henry Suropati	

36. A SYSTEMATIC LITERATUR RIVEW : LEAN SIX SIGMA APILICATION IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT .....	317
Deri Maryadi, Bonivasius Ichiarto P.	
37. PERBAIKAN ALIRAN PROSES SERTIFIKASI TEKNIK DAN MANAJEMEN INDUSTRI DI LSP TMI DENGAN PENDEKATAN LEAN MANUFACTURING MENGGUNAKAN METODE VALUE STREAM MAPPING (VSM) .....	327
Ibnu Shaleh, Marko Yuli Sutanto, Hasbullah	
38. SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: TRANSFORMASI BUDAYA KREATIF TARI KECAK MENUJU INDUSTRI KREATIF .....	334
Listianingih, Haryadi Sarjono, Dyah Eko S.	
39. ANALISIS KELAYAKAN INVESTASI PERUSAHAAN INDUSTRI JASA FREIGHT FORWARDING MENGGUNAKAN EKONOMI TEKNIK .....	341
Annisaa Wulandari, Hasbullah	
40. IMPROVING DEFECT TIRE CURING PROCESS WITH SIX SIGMA METHOD AT TIRE MANUFACTURING INDUSTRY .....	349
Santo Wibowo, Humiras Hardi Purba	

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTORAN CEPAT SAJI  
STUDI KASUS : DI KFC (KENTUCKY FRIED CHICKEN) CABANG  
METLAND TAMBUN**

Arif Nuryono<sup>1</sup>, Alloysius Vendhi Prasmoro<sup>2</sup>, dan Widya Prastika<sup>3</sup>

<sup>1</sup>. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, arif.nuryono@dsn.ubharajaya.ac.id

<sup>2</sup> Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, alloysius.vendhi@dsn.ubharajaya.ac.id

<sup>3</sup> Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, widyaps1995@gmail.com

*Email korespondensi:* arif.nuryono@dsn.ubharajaya.ac.id

**Abstrak**

Pertumbuhan restoran cepat saji di Indonesia saat ini sangat cepat, sehingga persaingan diantara restoran cepat saji dalam memberikan kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen sangat penting. Penelitian ini membahas penilaian konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan yang ada di KFC cabang Metland Tambun dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana penelitian dilakukan dengan observasi, wawancara serta memberikan kuesioner kepada 50 responden pengunjung KFC Metland Tambun. Pengujian data dan instrumen penelitian dengan menggunakan metode pendekatan uji statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas produk. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan cukup kuat dengan arah korelasi positif. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pelayanan adalah mempercepat antrian dengan cara menambah jumlah *counter* kasir dan *packer*, memperbaiki system antrian dan meningkatkan *housekeeping* restoran.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Pelayanan, Mempercepat Antrian

**Abstract**

*The growth of fast food restaurants in Indonesia is currently very fast, so competition between fast food restaurants in providing quality products and services to consumers is very important. This study discusses consumer assessments of the quality of products and services at KFC's Metland Tambun branch in order to determine the factors that affect customer satisfaction. The method used in this research is quantitative method, where the research is carried out by observation, interviews and giving questionnaires to 50 respondents who visit KFC Metland Tambun. Testing data and research instruments using the statistical test approach method. The results showed that service is the most influencing factor on customer satisfaction compared to product quality. The effect of service on customer satisfaction is quite strong with a positive correlation. Efforts that can be made to improve service are to speed up queues by increasing the number of cashier and packer counters, improving queuing systems and improving restaurant housekeeping.*

**Key words:** Customer Satisfaction, Product Quality, Service, Speed up queues

**1. Pendahuluan**

Pengaruh globalisasi dalam dunia industri saat ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan dituntut untuk terus

berkembang untuk mampu menghadapi persaingan yang ada. Salah satu bidang industry yang cukup ketat persaingannya adalah industri di bidang makanan. Padatnya aktivitas di era industri 4.0 kini menyebabkan beberapa orang tidak mempunyai waktu luang untuk mempersiapkan makanan dirumah dan cenderung ingin menikmati makanan siap saji. Semakin tinggi tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga, dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2014).

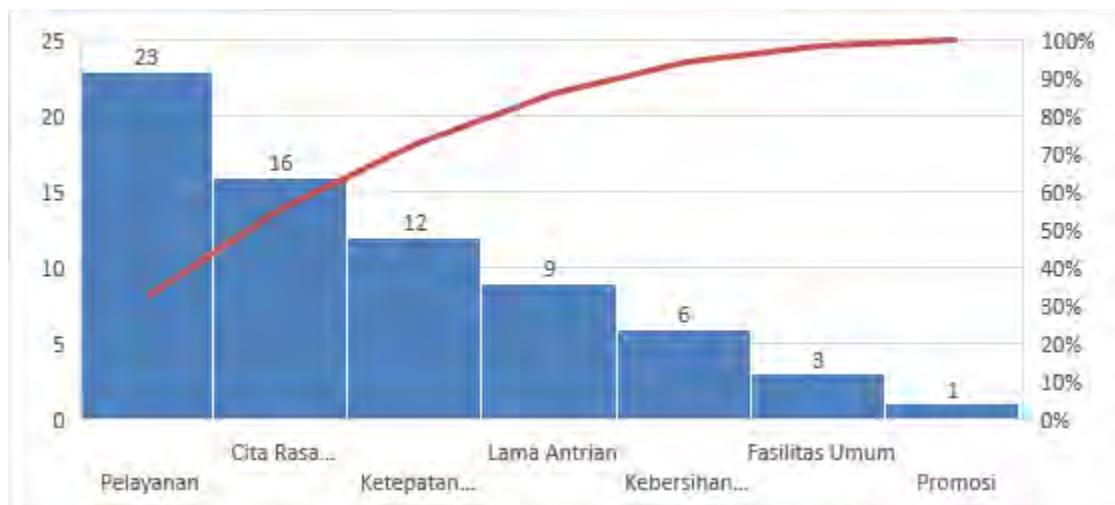
Kualitas merupakan satu ukuran yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Meningkatnya kualitas dapat diukur dari semakin tinggi tingkat terpenuhinya kebutuhan pelanggan yang biasa dinyatakan oleh tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. (Rambat, 2013). Oleh karena itu, menciptakan produk berkualitas dan memberikan pelayanan yang baik adalah kunci utama untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Iklim kompetisi restoran cepat saji pun semakin terasa dengan bermunculannya restoran cepat saji lain yang jaraknya berdekatan. Meningkatnya persaingan telah mengarahkan restoran cepat saji untuk mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Berdasarkan hal itu, maka perusahaan diharuskan untuk dapat meningkatkan kemampuan produksinya dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan dan memberikan pengalaman yang baik kepada setiap pelanggan yang berkunjung. KFC sendiri sudah cukup terkenal dengan jargonnya yaitu "Jagonya Ayam", *brand* KFC telah mendapatkan kepercayaan di masyarakat sebagai restoran yang menjual ayam goreng bercita rasa yang tinggi dengan bumbu rahasianya. KFC cabang Metland Tambun telah menyediakan sarana untuk mensurvei pelanggannya dengan menyertakan tautan survei pada setiap struk yang akan didapat oleh pelanggan setelah melakukan pembelian di KFC cabang Metland Tambun yang dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1 Data Penilaian Pelanggan Periode Januari – Desember 2019

<b>Kategori Keluhan</b>	<b>Sangat Tidak Puas</b>	<b>Tidak Puas</b>	<b>Netral</b>	<b>Puas</b>	<b>Sangat Puas</b>
<b>Cita Rasa Makanan</b>	16	12	5	7	9
<b>Lama Antrian</b>	9	3	4	5	3
<b>Pelayanan</b>	23	7	6	8	11
<b>Kebersihan Restoran</b>	6	3	1	4	2
<b>Ketepatan Produk</b>	12	5	2	4	6
<b>Fasilitas Umum</b>	3	5	3	5	5
<b>Promosi</b>	1	1	1	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>36</b>	<b>22</b>	<b>34</b>	<b>38</b>
<b>Persentase</b>	<b>35,0%</b>	<b>18,0%</b>	<b>11,0%</b>	<b>17,0%</b>	<b>19,0%</b>

Sumber : KFC Cabang Metland, 2020



Gambar 1 Grafik Pareto Penilaian Pelanggan Periode Januari – Desember 2019

Sumber : KFC Cabang Metland, 2020

Berdasarkan fenomena dan data di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah bagaimana mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan diantara faktor-faktor tersebut, faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat digunakan untuk meminimalisir komplain dari pelanggan (*zero complain*) dan meningkatkan kualitas produk serta pelayanan di KFC cabang Metland Tambun guna mendapatkan kepuasan dari pelanggan

## 2. Landasan Teori

### 2.1. Kualitas

Perspektif kualitas bisa diklasifikasikan dalam lima kelompok yang bisa menjelaskan mengapa kualitas diinterpretasikan secara berbeda oleh masing-masing individu dalam konteks yang berlainan: (Garvin, 1988)

a. *Transcendental Approach*

Dalam rancangan ini, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, yaitu sesuatu yang bisa dirasakan atau diketahui, namun sukar didefinisikan, dirumuskan atau dioperasionalisasikan.

b. *Product-Based Approach*

Ancangan ini mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut obyektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.

c. *User-Based Approach*

Ancangan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang melihatnya (*eyes of the beholder*), sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (*maximum satisfaction*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

d. *Manufacturing-Based Approach*

Perspektif ini bersifat *supply-based* dan lebih berfokus pada praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (*conformance to requirements*).

e. *Value-Based Approach*

Ancangan ini memandang kualitas dari aspek nilai (*value*) dan harga (*price*). Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai *affordable excellence*.

### 2.2. Pelayanan Prima (*Excellent Service*)

Menurut Kasmir (2012) terdapat 3 (tiga) macam konsep pelayanan prima yang akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Konsep Sikap / *Attitude*

Sikap yang harus dimiliki di antaranya sikap yang ramah, penuh perhatian, dan memiliki rasa bangga terhadap perusahaan.

b. Konsep Perhatian / *Attention*

Apabila konsumen sudah menunjukkan niat untuk membeli suatu barang atau jasa yang telah ditawarkan maka segera layani dan tawarkan bantuan yang dia perlukan sehingga konsumen merasa diperhatikan, dan keinginannya dapat terpenuhi.

c. Konsep tindakan / *Action*

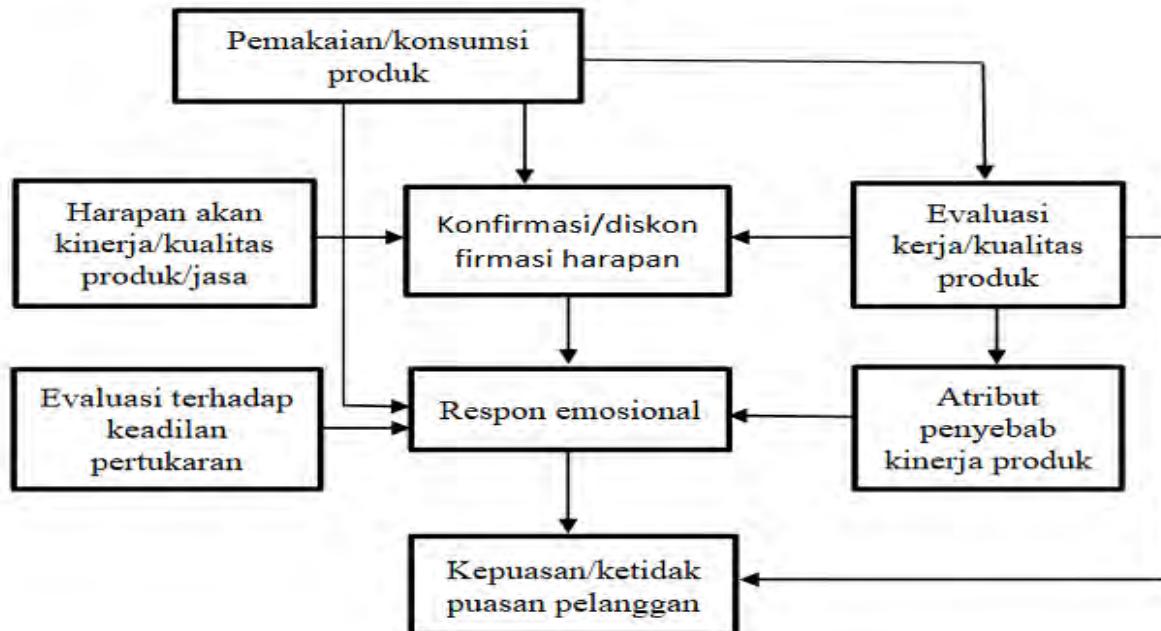
Beberapa bentuk pelayanan pada konsep ini misalnya seperti mencatat pesanan yang di inginkan pelanggan, menegaskan atau mengecek kembali yang di pesan pelanggan, menyelesaikan transaksi pesanan pelanggan, dan biasanya jika sudah melayani mengucapkan terimakasih kepada pelanggan.

### 2.3. Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2016:204), kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau kinerja norma lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.

Sistem penanganan komplain di KFC cabang Metland Tambun yaitu dengan metode *LAST*, yaitu metode yang dilakukan oleh *on duty* yang berjaga untuk menyelesaikan komplain saat itu juga dengan cara:

1. *Listen* (Dengarkan), yaitu mendengarkan terlebih dahulu keluhan pelanggan.
2. *Apologize* (Meminta Maaf), sampaikan maaf kepada pelanggan untuk meredam amarahnya.
3. *Solve* (Solusi), berikan alternatif penyelesaian atas masalah yang terjadi.
4. *Thanks* (Berterimakasih), ucapan terimakasih atas keluhan yang disampaikan karena sudah membangun untuk lebih baik kedepannya.



Gambar 3 *Grand Theory* Kepuasan Pelanggan  
 Sumber: Mowen (1995) dalam Tjiptono (2016)

### **3. Uji Instrumen Penelitian**

#### **1. Uji Validitas**

Validitas menurut Sugiyono (2014:177), dalam menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

#### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2014: 177). Uji reliabilitas merupakan suatu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.

Untuk menguji reliabilitas adalah dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Standar yang digunakan dalam menentukan reliabilitas atau tidaknya suatu instrumen umumnya adalah perbandingan antara nilai  $\alpha$  hitung diwakili dengan nilai *alpha* dengan  $r$  tabel pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat signifikan 5%. Tingkat reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala *alpha* 0 sampai dengan 1. (Sekaran, 2011:182)

Tabel 2 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai *Alpha*

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 sampai dengan 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 sampai dengan 0,40	Agak Reliabel
>0,40 sampai dengan 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 sampai dengan 0,80	Reliabel
>0,80 sampai dengan 1,00	Sangat Reliabel

Sumber:Sekaran, 2011

#### **3. Uji Normalitas**

Uji asumsi normalitas akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *Test Normality Kolmogorov-Smirnov*, menurut Santoso (2012:393) dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significanted*), yaitu:

- a. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- b. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.
- c. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi normalitas.
- d. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak normalitas.

#### **4. Alat Analisis Data**

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2014:206)

#### **5. Regresi Linier Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad \dots \quad (1)$$

Dimana:

Y: Kepuasan pelanggan  
 $\alpha$ : Konstanta  
X1: Kualitas produk  
X2: Pelayanan

$\beta_1$ : Koefisien regresi variabel kualitas produk  
 $\beta_2$ : Koefisien regresi variabel pelayanan  
e: *Standard Error*

## 6. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus diuji. Hipotesis berasal dari bahasa Yunani “*hypo*” yang berarti di bawah dan “*thesis*” yang berarti pendirian, pendapat yang ditegakkan, kepastian. Maka hipotesis berarti pendapat yang kebenarannya masih diragukan. Untuk bisa memastikan kebenaran dari pendapat tersebut, maka suatu hipotesis harus diuji atau dibuktikan kebenarannya. (Pranomo, 2016)

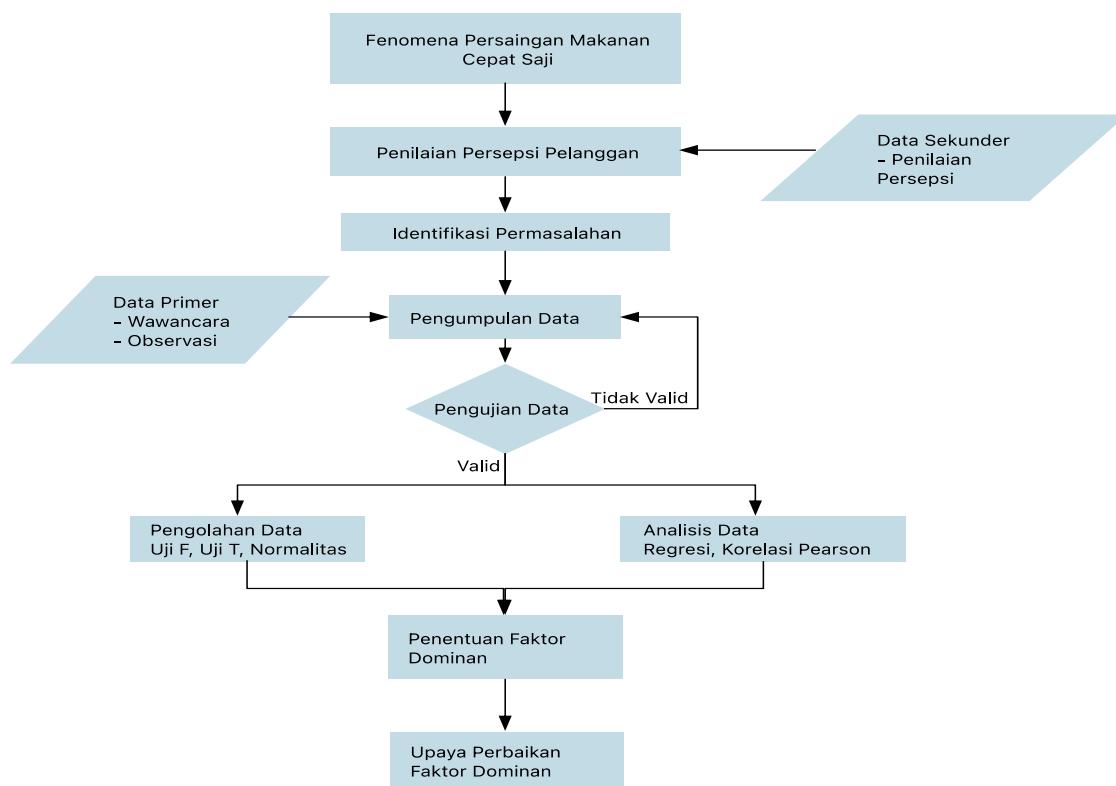
## 3. Metodologi

Jenis penelitian menurut tingkat eksplanasinya pada penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih yaitu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) atau variabel X dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) atau variabel Y. Dimana variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas produk (X1) dan pelayanan (X2) sedangkan variabel dependennya ialah kepuasan pelanggan (Y).

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) dalam Hadita (2019), metode kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kualitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dalam penelitian ini yaitu jumlah pengunjung yang datang ke KFC cabang Metland Tambun selama tahun 2019. Jumlah rata-rata pengunjung yang datang ke KFC cabang Metland Tambun per harinya adalah 100 orang. Berdasarkan jumlah populasi, maka sampel yang digunakan dalam penelitian diambil dengan menggunakan rumus slovin adalah 50 responden

Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini



Gambar 4. Kerangka Berpikir

#### 4. Hasil dan Diskusi

##### 1. Profil Responden

Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada konsumen KFC cabang Metland Tambun. Jumlah kuesioner yang disebarluaskan adalah 50 eksemplar. Kuesioner yang kembali adalah sama, yaitu 50 eksemplar. Kuesioner yang dibagikan lengkap dan layak dianalisis. Profil responden yang ditanyakan kepada responden yaitu nama, usia, jenis kelamin, pekerjaan.

Tabel 3. Data Profil Responden

#### PROFIL RESPONDEN

Jenis Kelamin	JUMLAH	Usia	JUMLAH	Pekerjaan	JUMLAH
Pria	29	19-23 Tahun	19	Pegawai Swasta	28
Wanita	21	24-28 Tahun	23	Mahasiswa	14
		29-33 Tahun	2	Pengusaha	3
		34 Tahun keatas	6	Ojek Online	3
				Guru	2
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>		<b>50</b>		<b>50</b>

##### 2. Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan data yang diperoleh dari konsumen KFC (*Kentucky Fried Chicken*) melalui kuesioner yang telah disebarluaskan kepada 50 responden, maka untuk kategori Cita Rasa Makanan dikelompokkan menjadi 3 indikator yaitu: temperature panas untuk makanan/minuman (X1.1), temperature dingin untuk makanan/minuman (X1.2), kesesuaian cita rasa makanan/minuman (X1.3). Diperoleh deskripsi data mengenai 3 indikator tersebut kepada responden sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk

INDIKATOR KUALITAS PRODUK	NILAI INDEX				
	1	2	3	4	5
Suhu Panas Makanan/Minuman	0	1	5	21	23
Suhu Dingin Makanan/Minuman	0	0	4	16	30
Kesesuaian Cita Rasa	0	0	9	18	23
Prosesntase	0,0%	0,7%	12,0%	36,7%	50,7%

### 3. Variabel Pelayanan

Berdasarkan data yang diperoleh dari konsumen KFC (*Kentucky Fried Chicken*) melalui kuesioner yang telah disebarluaskan kepada 50 responden, maka untuk kategori Pelayanan dikelompokkan menjadi 12 indikator yaitu :

- |   |  |
|---|--|
| X2.1. Jumlah <i>Counter Kasir</i>           | X2.7. Housekeeping Restoran                      |
| X2.2. Jumlah <i>Packer</i> Produk           | X2.8. Kebersihan Toilet                          |
| X2.3. Sistem Antrian Restoran               | X2.9. Kerapuhan Meja dan Kursi Restoran          |
| X2.4. Kecepatan Pelayanan <i>Customer</i> . | X2.10. Waktu Tunggu Produk                       |
| X2.5. Keramahan Melayani Pesanan            | X2.11. Pesanan sesuai Permintaan <i>Customer</i> |
| X2.6. Antusias Menangani Pesanan            | X2.12. Memberikan Produk yang Berkualitas        |

Tabel 5. Hasil Kuesioner Variabel Pelayanan

Indikator pelayanan	Nilai index				
	1	2	3	4	5
Jumlah <i>counter</i> kasir	2	6	18	12	12
Jumlah <i>packer</i> produk	1	7	13	14	15
Sistem antrian restoran	0	2	13	14	21
Kecepatan pelayanan <i>customer</i> .	0	1	11	22	16
Keramahan melayani pesanan	1	5	5	16	23
Antusias menangani pesanan	0	4	8	17	21
Housekeeping restoran	0	3	7	16	24
Kebersihan toilet	0	0	14	14	22
Kerapuhan meja dan kursi restoran	0	4	7	18	21
Waktu tunggu produk	0	3	9	19	19
Pesanan sesuai permintaan <i>customer</i>	0	2	5	17	26
Memberikan produk yang berkualitas	1	0	8	14	27
Prosentase	0,8%	6,2%	19,7%	32,2%	41,2%

### 4. Variabel Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan data yang diperoleh dari konsumen KFC (*Kentucky Fried Chicken*) dalam 3 bulan terakhir dari April sampai Juni 2020 melalui kuesioner yang telah disebarluaskan kepada 50 responden, maka untuk kepuasan pelanggan dikelompokkan menjadi 6 indikator sebagai berikut

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| Y.1. Toilet Dekat                    | Y.4. Jenis Promo yang Menarik           |
| Y.2. Lahan Parkir yang Luas dan Aman | Y.5. Harga Promosi yang Ditawarkan Baik |
| Y.3. Musholla Dekat dengan Restoran  | Y.6. Media Promosi Baik                 |

Tabel 6. Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan	Nilai index				
	1	2	3	4	5
Toilet dekat	0	0	11	16	23
Lahan parkir yang luas dan aman	0	1	8	18	23
Musholla dekat dengan restoran	1	3	6	17	23
Jenis promo yang menarik	0	1	3	15	31
Harga promosi yang ditawarkan baik	0	1	5	21	23
Media promosi baik	0	2	7	20	21
Prosentase	0,3%	2,7%	13,3%	35,7%	48,0%

### 5. Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Berikut adalah hasil pengujian validitas berdasarkan hasil kuesioner :

**Tabel 7. Hasil Uji Validitas Responden**

Kualitas Produk		R hitung	R tabel	P value	Keterangan	Pelayanan		R hitung	R tabel	P value	Keterangan
X1.1	Pearson Correlation	.731**	.279	0	Valid	X2.1	Pearson Correlation	.582**	.279	0	Valid
X1.2	Pearson Correlation	.720**	.279	0	Valid	X2.2	Pearson Correlation	.531**	.279	0	Valid
X1.3	Pearson Correlation	.865**	.279	0	Valid	X2.3	Pearson Correlation	.509**	.279	0	Valid
						X2.4	Pearson Correlation	.626**	.279	0	Valid
<b>Kepuasan Pelanggan</b>		R hitung	R tabel	P value	Keterangan	X2.5	Pearson Correlation	.625**	.279	0	Valid
Y.1	Pearson Correlation	.689**	.279	0	Valid	X2.6	Pearson Correlation	.678**	.279	0	Valid
Y.2	Pearson Correlation	.541**	.279	0	Valid	X2.7	Pearson Correlation	.531**	.279	0	Valid
Y.3	Pearson Correlation	.536**	.279	0	Valid	X2.8	Pearson Correlation	.579**	.279	0	Valid
Y.4	Pearson Correlation	.769**	.279	0	Valid	X2.9	Pearson Correlation	.721**	.279	0	Valid
Y.5	Pearson Correlation	.717**	.279	0	Valid	X2.10	Pearson Correlation	.676**	.279	0	Valid
Y.6	Pearson Correlation	.662**	.279	0	Valid	X2.11	Pearson Correlation	.508**	.279	0	Valid
						X2.12	Pearson Correlation	.459**	.279	0	Valid

Hasil uji validitas pada variabel kualitas produk, pelayanan dan kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa seluruh item yang ada pada variabel tersebut adalah valid, karena nilai r-hitung dari masing-masing item adalah lebih besar dari r-tabel (0,279).

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 8. Uji Reliabilitas**

Kualitas Produk		Pelayanan		Kepuasan Pelanggan	
Reliability Statistics		Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.664	3	.823	12	.713	6

Dari Hasil Uji reliabilitas pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's alpha* pada variabel X1, X2 dan Y adalah 0,664, 0,823 dan 0,713. Yang mana nilainya lebih besar dari 0,6, sehingga dapat dikatakan item pertanyaan pada variable kepuasan pelanggan adalah Reliabel.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### A. Uji Normalitas

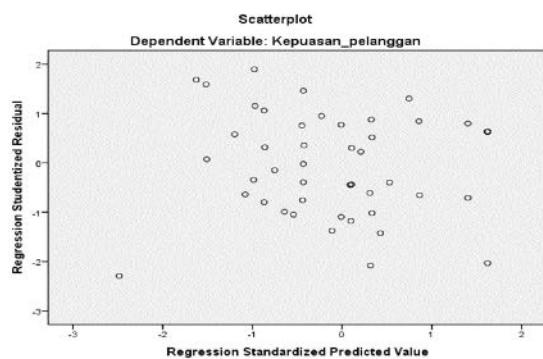
**Tabel 9. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.68116069
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.073
	Negative	-.117
Test Statistic		.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.

Dari hasil disamping, besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebesar 0,117 dengan signifikansi sebesar 0,083. Karena nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,083 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

## B. Uji Heterokedastisitas



Gambar 5. Scatterplot Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil dari *scatterplot* tampak bahwa antara SRESID dan ZPRED yang terbentuk menyebar tidak memiliki pola tertentu atau menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta di kanan dan kiri pada sumbu X. Hal ini menandakan bahwa pada model regresi sudah tidak terjadi hubungan antara variabel bebas dengan nilai residual. Dengan demikian asumsi non heteroskedastisitas model regresi terpenuhi.

## C. Multikolinieritas

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinieritas

Indikator	Tolerance	VIF
1 Kualitas_Produk	.500	2.001
2 Pelayanan	.500	2.001

Dari Tabel di atas terlihat bahwa nilai VIF variabel bebas di atas adalah di bawah angka 10 yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ) = 2,001, Pelayanan ( $X_2$ ) = 2,001. Sehingga dapat dikatakan model regresi bebas dari Multikolinieritas. Dengan demikian asumsi non multikolinieritas pada model regresi telah terpenuhi.

## D. Uji Korelasi Pearson

Dapat dilihat dalam Tabel 11 bahwa nilai signifikansi dari korelasi antara Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah 0,000 yang bernilai kurang dari taraf signifikansi 5% (0,05) yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara Kualitas Produk dan Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Dari uji korelasi *pearson* di atas, kualitas produk dan pelayanan memiliki korelasi positif dengan nilai *Pearson Correlation* adalah sebesar 0,726 dan 0,788 yang tergolong pada kategori kuat. Nilai koefisien korelasi yang bertanda positif menunjukan bahwa hubungan antara variabel pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan adalah memiliki hubungan yang searah.

Tabel 11. Hasil Uji Korelasi Pearson

Correlations				
	Kualitas Produk	Pelayanan	Kepuasan_pelanggan	
Kualitas_Produk	Pearson Correlation	1	.707**	.726**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	50	50	50
Pelayanan	Pearson Correlation	.707**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	50	50	50
Kepuasan_pelanggan	Pearson Correlation	.726**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	50	50	50

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Tabel 12. Hasil Regresi Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.554	2.175	2.094	.042
	Kualitas_Produk	.637	.222	.215	.006
	Pelayanan	.262	.056	.443	4.701

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4.554 + 0.6370 X_1 + 0.262 X_2$$

#### 5. Uji Hipotesis

##### A. Uji T (parsial)

Tabel 13. Hasil Uji T

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.554	2.175	2.094	.042
	Kualitas_Produk	.637	.222	.215	.006
	Pelayanan	.262	.056	.443	4.701

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

$$A = 0,05$$

$$dk = n - k = 50 - 3 = 47$$

$$t_{tabel} = 2,0117$$

$$t_{hitung} = 2,874 \text{ dan } 4,701$$

Dari tabel diatas perhitungan yang diperoleh  $t$  hitung >  $t$  tabel yaitu  $2,874 > 2,0117$  dan menunjukkan nilai signifikansi adalah 0,000 yang bernilai lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , oleh karena itu keputusan adalah Tolak  $H_0$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

Dari tabel diatas perhitungan yang diperoleh  $t$  hitung >  $t$  tabel yaitu  $4,701 > 2,0117$  menunjukkan nilai signifikansi adalah 0,000 yang bernilai lebih kecil dari  $\alpha=0,05$ . Oleh karena itu, keputusan adalah Tolak  $H_0$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

##### B. Uji F (simultan)

Tabel 14. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	328,535	2	164.268	49.502
	Residual	155,965	47	3.318	
	Total	484,500	49		

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kualitas\_Produk

$$F \text{ Tabel} = F(k; n-k) = F(2;(50-2) = F(2;48) = 3,19$$

Dari tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi adalah 0.000 yang bernilai kurang dari  $\alpha = 0.05$ , oleh karena itu keputusan adalah Tolak  $H_0$ . Nilai F hitung  $>$  F tabel yaitu  $49,502 > 3,19$  Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

## 6. Koefisien Determinasi

Tabel 15. Hasil Uji Determinasi R<sup>2</sup>

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.8235 <sup>a</sup>	.6780	.6644	1.822

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kualitas\_Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

Dari tabel diatas diperoleh koefisien determinasi atau *R Square* adalah 0.678 artinya 67,8 % variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) variasinya dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Pelayanan ( $X_2$ ), sisanya 32,2 % dijelaskan oleh variabel diluar variabel yang digunakan.

## 6. Faktor Dominan Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

1. Kualitas Produk, diperoleh nilai t hitung yaitu 2,874. Artinya t hitung  $>$  t tabel yaitu  $2,874 > 2,0117$  dan menunjukkan nilai signifikansi adalah 0.000 yang bernilai lebih kecil dari  $\alpha = 0.05$ , oleh karena itu keputusannya adalah Tolak  $H_1$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Pelayanan, diperoleh nilai t hitung yaitu 4,701. Artinya t hitung  $>$  t tabel yaitu  $4,701 > 2,0117$  dan menunjukkan nilai signifikansi adalah 0,000 yang bernilai lebih kecil dari  $\alpha=0,05$ , oleh karena itu keputusannya adalah Tolak  $H_0$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan pelanggan (Y).
3. Jika dilihat dari nilai t hitung dan *Pearson Correlation* (koefisien korelasi), variabel pelayanan memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan kualitas produk, artinya variabel bebas pelayanan memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan dengan kualitas produk. Masing-masing nilainya adalah t hitung pelayanan  $>$  kualitas produk yaitu  $4,701 > 2,874$ . Sedangkan *Pearson Correlation* pelayanan  $>$  kualitas produk, yaitu  $0,788 > 0,726$ .

## 7. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perolehan hasil tersebut, maka terdapat beberapa cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di KFC cabang Metland Tambun yaitu sebagai berikut:

1. Menambah jumlah konter kasir, pada jam sibuk.
2. Menambah jumlah *packer* produk, pada jam sibuk.
3. Melakukan sistem antrian di KFC cabang Metland Tambun menggunakan sistem *SIRO* (*Service In Random Order*) dengan *multi channel - multi phase*.
4. Meningkatkan keramahan karyawan dalam melayani *customer*, *hospitality* adalah hal utama yang harus dijaga sebagai citra suatu restoran dalam melayani *customer*.
5. Meningkatkan housekeeping restoran (tempat makan, toilet, tata letak dll) sesuai kaidah 5R.
6. Memberikan produk yang berkualitas, *brief* seluruh karyawan untuk selalu menaati modul atau prosedur pembuatan produk.

## 5. Kesimpulan

Hasil Uji Korelasi Pearson terkait kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai *pearson correlation* yang positif, ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas produk dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang searah.

Hasil Uji T terkait kualitas produk dan pelayanan diperoleh hasil bahwa  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka keputusannya adalah Tolak  $H_0$  bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara Kualitas Produk (X1) dan Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Faktor yang paling dominan adalah faktor pelayanan, karena berdasarkan nilai  $t$  hitung dan *Pearson Correlation*, nilai variabel pelayanan lebih tinggi dibanding nilai kualitas produk. Variabel – variabel pelayanan yang paling berpengaruh antara lain lamanya antiran, jumlah *counter* kasir yang tersedia, jumlah *packer* produk, serta kecepatan pelayanan. Upaya untuk peningkatan pelayanan dilakukan dengan menambahkan jumlah *counter* kasir serta *packer* produk.

## **Daftar Pustaka**

- Adminami01. (2020, March 29). SPSS Adalah-Pengertian, Sejarah, Fungsi, Kepanjangan. Retrieved 30 Juni 2020 from Rumusrumus: <https://rumusrumus.com/>.
- Alwan., Hendri,M., & Darmaji. (2017). Faktor Faktor yang Mendorong Siswa MIA SMAN Mengikuti Bimbingan Belajar Luar Sekolah di Kecamatan Talanaipura Kota Jambi. *Jurnal EduFisika Vol. 02*, 28.
- Apriyani, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Citra Merek dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Merek Fresstea. *Jurnal UNPAS Bandung*, 61.
- Garvin. (2016). Managing Quality. In F. Tjiptono, *Service Quality dan Satisfaction* (p. 117). Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Hadita. (2019). Promosi Dan Harga pada Kepuasan Pelanggan Restoran Fast Food. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 3, Nomor 1*, 29.
- Junus, A,L,W., Kalangi, L., & Suwetja, G. (2017). Evaluasi Implementasi Sistem Informasi Manajemen Daerah terhadap Pengelolaan Data Keuangan dan Aset Daerah Kota Manado. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 766.
- Kasmir. (2011). *Etika Customer Service*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P. e. (2016). Marketing, 9th ed. In F. Tjiptono, *Service Quality dan Satisfaction* (p. 219). Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Kotler,P., Keller., & Kevin.L. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution,S,L., Limbong,C,H., & Ramadhan,D,A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ecobisma*, 44.
- Pramono, E. (2016, January 11). Enterpreneurship Education Without Boundaries. p. 1. Retrieved 01 Juli 2020 from CiputraUCEO:<http://ciputrauceo.com/>
- Rambat, L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetisi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2012). *Atatistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suminar, R., & Mia,A. (2017). Pelayanan Prima pada Orang Tua Siswa di Sempoa SIP TC Paramount Summarecon. *Jurnal Sekretari Vol. 4 No. 2*, 8.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Uma, S. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yuliasih, N. (2015). Analisis Pengendalian Kualitas Produk pada Perusahaan Garmen Wan Saraswati Tahun 2013. *Vol: 4 No: 1 Tahun: 2014*,