

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KFC CABANG BUAH BATU BANDUNG

Handayani Natalia Siregar.¹ Arlin Ferlina Mochamad Trenggana.²
Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
¹handayanisiregar5@gmail.com, ²arlin.fmt@gmail.com

ABSTRAK

Makanan cepat saji sekarang ini sudah menjadi gaya hidup dikarenakan harga terjangkau, cepat dan praktis. Telah banyak restoran cepat saji yang beredar di Indonesia, salah satunya adalah *Kentucky Fried Chicken* (KFC). Pada penelitian ini, objek penelitian yang diteliti adalah KFC Cabang Buah Batu Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di KFC Cabang Buah Batu Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Populasi penelitian adalah 21.796 berdasarkan data pengunjung KFC Cabang Buah Batu Bandung pada bulan Januari sampai Desember 2016. Pengambilan sampel dengan rumus *Bernouli* dengan jumlah minimal 100 responden dan untuk pengolahan data dilakukan untuk 200 kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *incidental sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, uji f, uji t, koefisien determinasi. Berdasarkan pengolahan data penelitian, pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk masing-masing mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen masing-masing sebesar 71,6%, dan 72,27% pada KFC Cabang Buah Batu Bandung. Sedangkan secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada KFC Cabang Buah Batu Bandung sebesar 63,4% dan sisanya 36,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Nowdays, fast food has become a life style because it has cheaper price, easier to be gotten and practical. There are so many restaurants sell fast food in Indonesia, one of them is KFC (Kentucky Fried Chicken). This research object is branch of KFC Buah Batu Bandung. This research was aimed to know the influence service and product quality toward the consumers in KFC Buah Batu Bandung. The methodology used in the research was quantitative methodology with descriptive and causal. The population were 21.796 based on the visitors of branch KFC Buah Batu Bandung in January to December 2016. The sample was taken using Bernoulli with the least 100 respondents and fix the data processing was taken by using non-probability sampling. Data sample was taken by using non-probability sampling. The data analysis used in this research was multiple regression analysis, test-f, test-t, determination coefficient. Percentage of service quality and quality product are 71,6% and 72,27% . Simultaneously service and product quality having an effect toward consumers satisfaction with the percentage 63,4% and the other factors that weren't researched.

Keywords: Service quality, Product quality, Customer satisfaction

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Makanan siap saji sekarang ini sudah menjadi gaya hidup, karena selain harganya terjangkau, makanan siap saji mudah diolah, cepat dan praktis, tahan lama, serta rasanya pun enak. Salah satu *restaurant* cepat saji yang paling populer di Indonesia adalah *Kentucky Fried Chicken* (KFC). KFC selama tiga tahun terakhir menjadi *Top Brand* untuk kategori *fast food* (makan cepat saji). Hal ini membutuhkan konsumen lebih mudah mengingat KFC dibandingkan *Brand* yang lain dikarenakan menurut *survey* peneliti kepada *manager* bahwa KFC memiliki kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik. KFC memiliki cara tersendiri dalam memberikan pelayanan bagi konsumen yang disingkat dengan CHAMPS. Menurut Bapak T.Pasaribu, kualitas pelayanan dan kualitas produk di KFC Cabang Buah Batu Bandung sudah tergolong baik dengan pernyataan :

1. Kebersihan tempat yang terjamin
2. Karyawan “wajib senyum” saat melayani konsumen
3. Produk makanan yang disajikan sesuai dengan yang diharapkan seperti konsumen merasakan puas saat menyantap nasi dan daging ayam KFC yang porsi besar, merasakan nikmat krispi pada bumbu ayam KFC dengan harga yang terjangkau, dan dapat menikmati pembelian dengan paket produk.
4. *Speed of service* di KFC bahwa karyawan melayani pemesanan konsumen selama 1,5 menit/konsumen. Jika pada satu kasir dalam antrian sampai lebih dari 5 menit, maka akan dibuka kasir lainnya untuk mempercepat mobilisasi dalam pemesanan.

Akan tetapi setelah konsumen diwawancarai, pernyataan dari *manager* KFC Cabang Buah Batu Bandung masih belum sesuai dengan maksud masih terdapat keluhan/kekurangan dalam hal kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan dan ditawarkan oleh KFC Cabang Buah Batu sehingga konsumen merasakan ketidakpuasan. Berdasarkan uraian pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Cabang Buah Batu Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada *store* KFC Cabang Buah Batu Bandung?
2. Bagaimana kualitas produk pada *store* KFC Cabang Buah Batu Bandung?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan pada *store* KFC Cabang Buah Batu Bandung?
4. Apakah terdapat pengaruh dan berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *store* KFC Cabang Buah Batu Bandung?
5. Apakah terdapat pengaruh dan berapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada *store* KFC Cabang Buah Batu Bandung?
6. Apakah terdapat pengaruh dan berapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada *store* KFC Cabang Buah Batu Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas layanan pada *store* KFC Cabang Buah Batu Bandung.
2. Untuk mengetahui kualitas produk pada *store* KFC Cabang Buah Batu Bandung.
3. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada *store* KFC Cabang Buah Batu Bandung.
4. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dan mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *store* KFC Cabang Buah Batu Bandung.
5. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dan mengetahui seberapa besar kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *store* KFC Cabang Buah Batu Bandung.
6. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dan mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *store* KFC Cabang Buah Batu Bandung.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Candra (2011:180) Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekpektasi pelanggan.

Dimensi kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2011:198) adalah sebagai berikut:

1. *Tangible* (bukti fisik)
Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.
2. *Emphaty* (empati)
Kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
3. *Realibility* (kehandalan)
Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
4. *Responsiveness* (cepat tanggap)
Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
5. *Assurance* (jaminan)
Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan.

2.2 Kualitas Produk

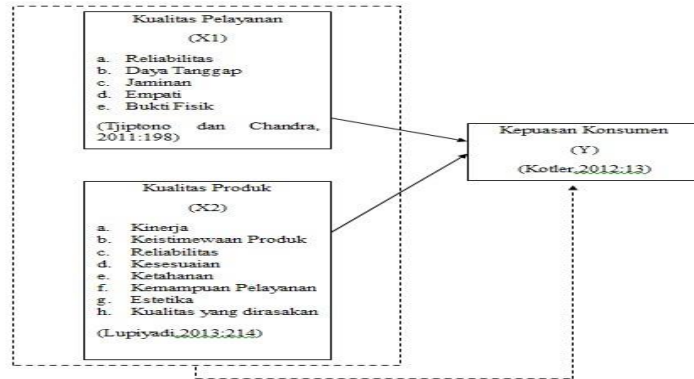
Sviokla sebagaimana dikutip oleh Lupiyadi (2013:214), Sviokla mengemukakan delapan dimensi kualitas produk yang terdiri atas aspek-aspek berikut:

1. Kinerja (*performance*)
Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu.
2. Keistimewaan produk (*features*)
Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk..
3. Reliabilitas/ keterandalan (*reliability*)
Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (*malfunction*) pada suatu periode.
4. Kesesuaian (*conformance*)
Kesesuaian suatu produk diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian.
5. Ketahanan (*durability*)
Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas.
6. Kemampuan pelayanan (*serviceability*)
Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki.
7. Estetika (*aesthetics*)
Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, baik itu bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa maupun bau.
8. Kualitas yang dirasakan (*perceived quality*)
Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Pengertian dari kepuasan pelanggan menurut Kotler (2012:13) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

- 1: Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan pelanggan KFC Cabang Buah Batu Bandung
- 2: Kualitas produk berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan pelanggan KFC Cabang Buah Batu Bandung.
- 3: Kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan pelanggan KFC Cabang Buah Batu Bandung.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:22) penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Penelitian kausal menurut Sugiyono (2014:23) adalah penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah jumlah data pengunjung KFC Cabang Buah Batu Bandung pada bulan Januari sampai dengan bulan Desember tahun 2015 yang berjumlah sekitar 21.796 orang. Pengambilan ukuran sampel dengan menggunakan rumus *bernoulli* sebanyak 200 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *incidental sampling*.

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Sumber data sekunder adalah perusahaan, buku, jurnal, *internet*, artikel dan informasi lain yang menunjang penelitian.

3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh beberapa unsur seperti kualitas pelayanan (X_1), dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Adapun persamaan umum regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- a =Konstanta
- b =Koefisien regresi
- X =Nilai variabel independen

4. HASIL PENELITIAN

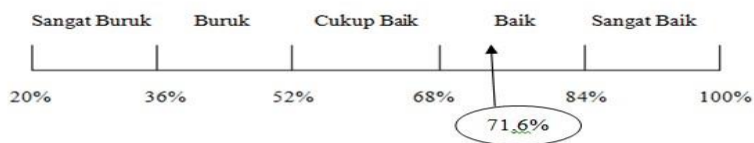
4.1 Karakteristik Responden

Dalam Penelitian ini dilakukan pengumpulan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 responden yang menjadi kriteria sampel penelitian. Terdapat empat karakteristik yang akan diteliti dari hasil pengumpulan data melalui kuesioner, yaitu karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan perbulan. Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin wanita 53%. Berdasarkan usia, responden paling banyak adalah usia 20-25 tahun 54%, Berdasarkan pekerjaan, didominasi oleh mahasiswa sebanyak 53%. Berdasarkan Penghasilan perbulan lebih didominasi dengan penghasilan Rp1000.000 - Rp2500.000 sebanyak 33%.

4.2 Analisis Deskriptif

4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

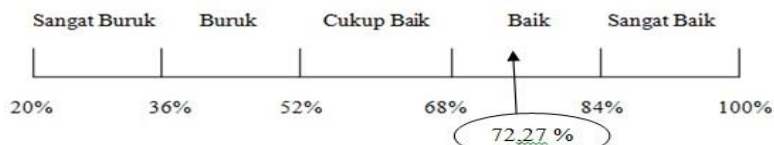
Pada garis kontinum yang ada pada gambar menunjukkan bahwa kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik dengan persentase sebesar 71,6%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan pihak KFC Cabang Buah Batu Bandung secara keseluruhan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.



Gambar 4.10 Garis Kontinum Kualitas Pelayanan secara keseluruhan
Sumber: Hasil olahan data, 2016

4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk

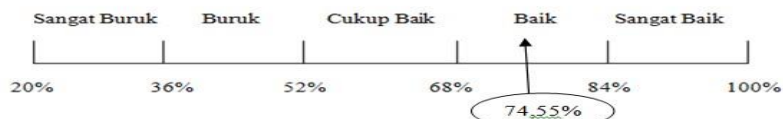
Pada garis kontinum yang ada pada gambar menunjukkan bahwa kualitas produk termasuk dalam kategori baik dengan persentase sebesar 72,27%. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan pihak KFC Cabang Buah Batu Bandung secara keseluruhan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.



Gambar 4.19 Garis Kontinum Kualitas Produk secara keseluruhan
Sumber: Hasil olahan data, 2016

4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada garis kontinum yang ada pada gambar menunjukkan bahwa kepuasan konsumen termasuk dalam kategori baik dengan persentase sebesar 74,55%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen pada KFC Cabang Buah Batu Bandung secara keseluruhan merasa puas.



Gambar 4.23 Garis Kontinum Kepuasan Konsumen secara keseluruhan
 Sumber: Hasil pengolahan data

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.993	2	34.497	170.378	.000 ^b
	Residual	39.887	197	.202		
	Total	108.880	199			

a. Dependent Variable: Y
 b. Predictors: (Constant), X_2, X_1

Sumber: Hasil olahan data SPSS

Hasil signifikan pada Tabel 4.22 menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap variabel Kepuasan Konsumen karena 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H₀ ditolak dan H₁ diterima. Untuk menentukan persamaan regresi, dapat dilihat pada tabel 4.23 berikut:

Tabel 4.23 Hasil Koefisien Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.156	.188		.830	.408
	X_1	.276	.087	.239	3.179	.002
	X_2	.661	.085	.588	7.810	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olahan data SPSS

Berdasarkan hasil pengolahan statistik diatas dapat diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 0,156 + 0,276X_1 + 0,661X_2$$

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

4.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Tabel 4.24 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.156	.188		.830	.408
	X_1	.276	.087	.239	3.179	.002
	X_2	.661	.085	.588	7.810	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olahan data SPSS

Secara parsial, kedua variabel *independent* yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk terbukti memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada KFC Cabang Buah Batu Bandung. ($t_{hitung} < t_{tabel} 1,652$).

4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Besarnya df_1 pada penelitian ini adalah 2, dan besarnya df_2 adalah 197 yang didapat dari hasil perhitungan $(200-2-1)$ sehingga didapat nilai F_{tabel} sebesar 2,17.

Tabel 4.26 Hasil pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.993	2	34.497	170.378	.000 ^b
	Residual	39.887	197	.202		
	Total	108.880	199			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X_2, X_1

Sumber: Hasil olahan data SPSS

Hasil F_{hitung} adalah 170,378 yang dibandingkan dengan F_{tabel} (2,65), dimana nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y).

4.5 Koefisien Determinasi

Tabel 4.27 Hasil Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.634	.630	.449967

a. Predictors: (Constant), X_2, X_1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Besarnya koefisien determinasi (KD) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KD = R \text{ Square} \times 100\%$$

$$KD = 0,634 \times 100\%$$

$$KD = 63,4\%$$

Hasil koefisien determinasi menjelaskan pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap variabel terikat kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 63,4%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 36,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan, ditarik kesimpulan yaitu:

1. Penerapan kualitas pelayanan pada KFC Cabang Buah Batu Bandung termasuk pada kategori baik dengan persentase sebesar 71,6%.
2. Penerapan kualitas produk pada KFC Cabang Buah Batu Bandung termasuk pada kategori baik dengan persentase sebesar 72,27%.
3. Penerapan kepuasan konsumen pada KFC Cabang Buah Batu Bandung termasuk pada kategori baik dengan persentase sebesar 74,55%.

4. Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji t), variabel kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat nilai t hitung (3,179) > t tabel (1,652).
5. Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji t), variabel kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat nilai t hitung (7,8910) > t tabel (1,652).
6. Secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada KFC Cabang Buah Batu Bandung sebesar 63,4% berdasarkan hitungan koefisien determinasi.

Saran

1. Untuk melakukan *training* kembali dalam hal lebih memperhatikan SOP yang dibuat oleh KFC Cabang Buah Batu.
2. *Manager* untuk menugaskan dua karyawan berada di lantai 2, ketika konsumen sudah meninggalkan meja makan maka karyawan dengan segera membersihkan meja tersebut. Apabila ada karyawan yang kurang peduli akan kebersihan, *manager* sebaiknya membuat standar kinerja mengenai kebersihan kerja yang dimuat dalam *Key Performance Indicator* (KPI) setiap karyawan.
3. Menambah porsi pada ayam maupun nasi disesuaikan dengan yang ditawarkan oleh pihak KFC dan keinginan konsumen yang sesuai dengan iklan KFC yang ada di Televisi.

Daftar Pustaka

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2012). *Marketing Management Edisi 14, Global Edition*. Pearson : Prentice Hall
- Lupiyadi, R (2013). *Manajemen Pemasaran (Vol. III)*. Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D (Cetakan ke-20)* Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi
- Kfcku.com. (2015). Diambil dari <https://www.kfcku.com/>. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2015