

ABSTRAK

Semakin banyaknya cara pemenuhan kebutuhan manusia diiringi dengan keinginan manusia yang beragam semakin banyak pula restoran yang tumbuh dan berkembang merupakan salah satu cara yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia. Kian beragamnya jenis restoran, belakangan ini banyak perusahaan dari restoran cepat saji yang bersaing dengan sangat ketat. Peran konsumen dalam melakukan keputusan pembelian cukup penting untuk menentukan pilihannya dalam memenuhi kebutuhan dasar, terlebih kualitas pelayanan kasir yang menjadi ujung tombak suatu perusahaan restoran cepat saji. dari keputusan pembelian yang baik dimata perusahaan dapat menghasilkan kepuasan konsumen yang positif tentunya dilihat dari kinerja kualitas pelayanan kasir. Oleh karenanya, maka dilakukan penelitian identifikasi pengaruh kualitas jasa kasir (X) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) dan pemetaan tingkat kepuasan konsumen untuk wilayah teliti KFC cabang Merdeka-Bandung.

Metode penelitian yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung oleh peneliti di *store* KFC cabang Merdeka-Bandung di Jalan Merdeka no 35-44 Bandung, wawancara dengan para petugas kasir, *assistant manager*, dan *store manager*, hingga dilakukan penyebaran kuesioner terhadap 100 responden. Menggunakan analisis kuantitatif berupa pengujian reliabilitas, validitas, regresi linier sederhana, *importance performance analysis* dan uji signifikansi juga pengujian determinasi.

Dari penelitian yang telah dilakukan didapat hasil: langkah *procedural* kasir dalam melayani konsumen, pernyataan dari kuesioner dinyatakan reliabel dan valid, persamaan regresi linier sederhana dengan nilai $Y = 18.314 + 0,258X$, pemetaan tingkat kepuasan konsumen menghasilkan variabel-variabel pernyataan yang terdapat dalam empat kuadran, nilai uji signifikansi yang menerima hipotesa H1 yaitu adanya pengaruh kualitas pelayanan kasir terhadap keputusan pembelian dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, dan pengujian determinasi yang menghasilkan 7,1% sebagai nilai variasi perubahan kualitas pelayanan kasir terhadap variasi perubahan keputusan pembelian

Kata kunci: kualitas jasa kasir, keputusan pembelian, kepuasan konsumen

ABSTRACT

Increasing number of ways the fulfillment of human needs coupled with human desires the more diverse restaurants that grow and develop is one way that can meet basic human needs. Increasingly diverse types of restaurants, many companies these days of fast food restaurants that compete with the very strict. The role of consumers in making purchasing decisions are important enough to make their choice in meeting basic needs, especially the quality of service cashier who spearheaded the company's fast-food restaurants. from a good buying decision in the eyes of the company can generate positive customer satisfaction must be seen from the performance quality of service cashier. Therefore, identification of the performed studies the influence of service quality cash register (X) on consumer purchasing decisions (Y) and the mapping of customer satisfaction for the thorough-Bandung Free KFC branch.

Methods of research conducted by direct observation by researchers at the KFC branch store in Jalan Merdeka no.35-44 Bandung, interviews with the cashier, assistant manager and store manager, to do the spread of the questionnaire to 100 respondents. Using quantitative analysis of test reliability, validity, simple linear regression, importance performance analysis and significance testing also determination calibration.

From the research that was done we got the result: cashier procedural step in serving the consumer, a statement from the otherwise reliable and valid questionnaire, a simple linear regression equation with a value of $0.258 + Y = 18\ 314 (X)$, mapping the level of customer satisfaction generate the variables contained in the statement four quadrants, the significance test of the hypothesis H1 is accepted that the influence of service quality on purchase decisions cashier with an error rate of 5%, and testing the result of determination as the variation of 7.1% change in the quality of service cashier to variations change purchase decisions

Key words: quality of service cashier, purchasing decisions, customer satisfaction