

**Pengaruh E- Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Penggunaan  
Aplikasi McDonald's (Studi Pada Masyarakat Kota Palembang)**



**SKRIPSI OLEH**

Annisa Eka Putri

01011381924155

MANAJEMEN

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI 2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF**  
**PEMGARUH *E - SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN**  
**KONSUMEN PADA PENGGUNAAN APLIKASI MCDONALD'S ( STUDI**  
**PADA MASYARAKAT KOTA PALEMBANG )**

Disusun Oleh:

Nama : Annisa Eka Putri  
Nomor Induk Mahasiswa : 01011381924155  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Pengajuan

Dosen Pembimbing,



Tanggal: 4 Oktober 2023

Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si  
NIP. 197205292006042001

ASLI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

JURUSAN MANAJEMEN EKONOMI  
15/11/23

**PENGARUH E- SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
PENGUNAAN APLIKASI MCDONALD'S (STUDI PADA MASYARAKAT KOTA  
PALEMBANG)**

Disusun oleh :

Nama : Annisa Eka Putri  
Nim : 01011381924155  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang kajian / konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian Komprehensif pada tanggal 9 November 2023 dan telah memenuhi syarat untuk diterima,

Palembang, November 2023  
Panitia Ujian Komprehensif

Pembimbing

Penguji

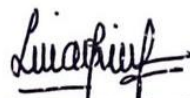


Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si  
NIP. 197205292006042001



Dr. Ahmad Maulana, S.E., Ak., M.M  
NIP. 197512252015041001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen,



Dr. M. Ichsan Hadjr, S.T., M.M  
NIP. 198907112018031001

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisa Eka Putri

NIM : 01011381924155

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH *E- SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
PENGUNAAN APLIKASI MCDONALD'S (STUDI PADA MASYARAKAT KOTA  
PALEMBANG)

Pembimbing : Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si

Penguji : Dr. Ahmad Maulana, S.E., Ak., M.M

Tanggal Ujian : 09 November 2023

Adalah benar hasil karya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada hasil kutipan karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila yang tidak benar di kemudia hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 13 November 2023



Annisa Eka Putri  
NIM. 01011381924155

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun karena yang menyukaimu tidak butuh itu dan yang membencimu tidak percaya itu.” -*

*Ali bin Abi Thalib*

*“Forgive and forget, not revenge and regret”*

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Universitas Sriwijaya
- Orang tua tercinta, dan seluruh keluarga yang selalu mendukung keputusan saya
- Orang-orang terdekat yang selalu memberi motivasi dan semangat
- Teman-teman Manajemen S1 Universitas Sriwijaya Angkatan 2019

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian Skripsi yang berjudul “Pengaruh *E- Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Penggunaan Aplikasi McDonald’s (Studi Pada Masyarakat Kota Palembang)”. Skripsi ini dibuat guna memenuhi persyaratan untuk kelulusan dalam meraih sarjana Ekonomi program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi mcdonal’s di kota Palembang.

Selama penulisan dan penelitian ini, penulis mendapatkan beberapa kendala dan hambatan dikarenakan pengetahuan dan kemampuan penulis yang masih terbatas. Namun berkat arahan dari dosen pembimbing, dosen penguji dan beberapa pihak lainnya, maka Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.

Palembang, 13 November 2023



Annisa Eka Putri  
NIM. 01011381924155

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari telah mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak berupa bimbingan, arahan, doa, dorongan motivasi serta kritikan yang membantu membangun semangat penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih untuk semua pihak yang telah terlibat untuk membantu baik secara langsung atau tidak langsung dalam penulisan Skripsi ini, kepada :

1. Allah SWT, karena ridho dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik dan lancar.
2. Kedua Orang Tua yaitu, Ayahanda Eka Syaputra dan Bunda Fitri Yanti yang telah membesarkan ku, memberikan kasih sayang tak terhingga, mengajari banyak hal tentang hidup, dan tidak pernah putus memberikan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1. Serta, adik-adikku tercinta Anindya dan Ukasya yang senantiasa menghibur dan memberikan semangat kepada penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
4. Bapak Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Sriwijaya
5. Ibu Lina Dameria Siregar, S.E., M.M, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S1 Universitas Sriwijaya

6. Ibu Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang senantiasa selalu mengarahkan dan meluangkan waktunya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi dri awal hingga akhir, serta memberikan motivasi dan saran kepada penulis
7. Ibu Dr. Dessy Yunita, S.E., MM., M.B.A S selaku dosen pebimbing akademik yang senantiasa memberi arahan dan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan dan sekaligus dosen penguji seminar proposal penulis yang telah menguji penulis, serta memberikan kritik, arahan, dan saran agar proposal skripsi menjadi lebih baik
8. Bapak Dr. Ahmad Maulana, S.E., Ak., M.M selaku dosen penguji Skripsi yang telah menguji hasil skripsi penulis serta memberikan kritik, arahan dan saran agar skripsi ini menjadi skripsi yang lebih baik.
9. Seluruh Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, yang telah memberikan pelajaran yang sangat bermanfaat sehingga penulis bisa menjadi pribadi yang lebih baik dari sebelumnya, baik dari segi pola fikir, sikap, sifat maupun perilaku.
10. Staff Tata Usaha, Staff Perpustakaan, dan Staff lainnya Universitas Sriwijaya atas segala bantuan yang telah diberikan selama penulis menempuh perkuliahan.
11. Satpam Fakultas Ekonomi Kampus Palembang, yang senantiasa memudahkan penulis dalam mendapatkan parker, dan senantiasa selalu menanyakan progress Skripsi penulis.
12. Sahabat – sahabatku SCWS ( Ayu, Cacing, Pyud, Ka- Fir), Lecy Family ( Ocang , Mumut, Dhiya, Ghaleb, Kiki, Risa, Hari), Mama Tz, Papa Novan, Nadya, Tiara, Rena, Dina, Abil, Adi, Bang Faisal, dan Lampung Squad (Kak Karin dan Kak



Desta) yang senantiasa membantu penulis dan mendengarkan keluh kesah penulis setiap harinya.

13. Sahabat tercinta, Nabila Putri dan Ayu Permata yang selalu berada di sisi penulis, dan selalu menjadi pendukung penulis dalam segala hal.
14. Bang Pani yang telah menemani saya dari awal hingga pertengahan Skripsi telah berkontribusi banyak, serta senantiasa menerima keluh kesah penulis, selalu berada disisi penulis, menjadi sandaran, meluangkan waktu dan tenaga untuk penulis, memberi memori, menghibur, dan mendukung penulis dalam mengerjakan Skripsi.
15. Terkhusus Ismail yang telah menjadi support system, penghibur, pendukung, serta memberikan semangat dalam menyelesaikan Skripsi.
16. IMAJE FE UNSRI yang telah memberi kesempatan penulis menjadi bagian dari organisasi ini dan memberi banyak pengalaman serta pelajaran berharga
17. Semua teman Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya 2019 yang tidak dapat disebutkan namanya satu per-satu.
18. Semua kakak tingkat yang dengan senang hati membantu, memberi arahan dan mendengarkan keluhan penulis selama masa perkuliahan sampai selesainya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu per-satu.
19. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri yang telah berjuang, bertahan, dan berusaha keras hingga sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dan tidak pernah menyerah sesulit apapun proses yang dilalui.

Akhir kata penulis berharap pihak-pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung kebaikannya di balas oleh Allah SWT dan skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang yang membutuhkannya.

Palembang, 13 November 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Annisa Eka Putri', with a stylized flourish at the end.

Annisa Eka Putri  
01011381924155

ASLI

15/23  
11

## ABSTRAK

### **Pengaruh *E – Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Penggunaan Aplikasi McDonald's (Studi Pada Masyarakat Kota Palembang)**

Oleh :

Annisa Eka Putri: Aslamia Rosa: Ahmad Maulana

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh *e – service quality* terhadap kepuasan konsumen pada penggunaan aplikasi mcdonald's(studi pada masyarakat kota Palembang) yang diuji secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan data – data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang dihitung menggunakan rumus Bernoulli. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner melalui google form yang dibagikan kepada masyarakat kota Palembang yang pernah melakukan transaksi menggunakan aplikasi McDonald's. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial dimensi *Reliability* dan *Web Design* tidak berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen, serta secara parsial terdapat pengaruh dimensi *Responsiveness*, *Privacy/Security*, *Information Quality/Benefit*, dan *Ease Of Use/Usability* terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Kemudian variabel *E-Service Quality* yang terdiri dari dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Privacy / Security*, *Information Quality / Benefit*, *Ease Of Use / Usability*, dan *Web Design* secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Dimensi dari variabel *E-Service Quality* yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen adalah dimensi *Ease Of Use / Usability*.

**Kata Kunci:** *E- Service Quality, Reliability, Web Design, Responsiveness, Privacy/ Security, Information Quality/Benefit, Ease Of Use/Usability, dan Kepuasan Konsumen*

Ketua Jurusan Manajemen

Pembimbing

Dr. M. Ichsan Hadjr, S.T., M.M  
NIP. 198907112018031001

Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si  
NIP. 197205292006042001

ABSTRACT

ASLI  
PERUBAHAN NIM/EMEN 15/23  
REVISI 1/4

**The Effect of *E - Service Quality* on Consumer Satisfaction When Using the McDonald's Application (Study in Palembang City Communities)**

By :

Annisa Eka Putri: Aslamia Rosa: Ahmad Maulana

This research aims to test the influence of e-service quality on consumer satisfaction when using the McDonald's application (study in the people of Palembang city) which was tested partially or simultaneously. This research was carried out using a quantitative approach and the data used in this research was quantitative with a sample of 100 respondents calculated using the Bernoulli formula. The data in this research uses primary data obtained from the results of distributing questionnaires via Google Form which were distributed to the people of Palembang City who had made transactions using the McDonald's application. The results of this research show that there is a partially significant influence on the dimensions of Reliability and Web Design which do not influence the Consumer Satisfaction variable, and partially there is an influence on the dimensions of Responsiveness, Privacy/Security, Information Quality/Benefit, and Ease of Use/Usability on the Satisfaction variable Consumer. Then the E-Service Quality variable which consists of the dimensions Reliability, Responsiveness, Privacy/Security, Information Quality/Benefit, Ease of Use/Usability, and Web Design simultaneously has an influence on the Consumer Satisfaction variable. The dimension of the E-Service Quality variable that has the most influence on Consumer Satisfaction is the Ease of Use dimension.

**Keywords:** *E- Service Quality, Realibility, Web Design, Responsiveness, Privacy/ Security, Information Quality/Benefit, Ease Of Use/Usability, dan Kepuasan Konsumen*

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjr, S.T., M.M  
NIP. 198907112018031001

Pembimbing



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si  
NIP. 197205292006042001

ASLI

**SURAT PERNYATAAN ABSTRAK**

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak skripsi Bahasa Inggris dari mahasiswa :

Nama : Annisa Eka Putri

NIM : 01011381924155

Jurusan : Manajemen

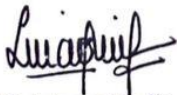
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Pengaruh *E – Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Penggunaan Aplikasi McDonald's (Studi Pada Masyarakat Kota Palembang)**

Telah kami periksa penulisan, grammer, maupun susunan tensis-nya dan kami setuju untuk ditempatkan di lembar abstrak

Ketua Jurusan Manajemen

Pembimbing



Dr. M. Ihsan Hadjr, S.T., M.M  
NIP. 198907112018031001



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si  
NIP. 197205292006042001

## **RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama Mahasiswa : Annisa Eka Putri

NIM : 01011381924155

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tanggal Lahir : Palembang/22 Oktober 2001

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat Domisili : Lr. Mekar 1 Perumahan Continent Regency Block D1, Kel Sukabangun

Alamat Email : annisaep7@gmail.com

### **PENDIDIKAN FORMAL**

SD : SD Negeri 183 Palembang

SMP : SMP Negeri 2 Palembang

SMA : SMA Plus Negeri 17 Palembang

### **RIWAYAT ORGANISASI**

2019 – 2020 : Staff Non Academic IMAJE FE UNSRI

2020 – 2021 : Staff Riset dan Pengembangan SAN Palembang

2021 – 2022 : Staff Media dan Desain IMAJE FE UNSRI

2021 – 2022 : Staff Pengabdian Masyarakat dan Lingkungan BEM KM FE UNSRI

2022 – 2023 : Bendahara Umum SAN Palembang

2022 – 2023 : Sekretaris GMD SUMSEL

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 <i>E-Service Quality</i> .....	9
2.1.1 Dimensi E- Service Quality.....	10
2.2 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	11
2.2.3 Indikator Kepuasan Konsumen.....	13
2.3 Penelitian Terdahulu.....	14
2.4 Kerangka Pemikiran.....	25
2.5 Hipotesis.....	26
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	28
3.2 Rancangan Penelitian.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.3.1 Jenis Data.....	28

3.3.2	Sumber Data.....	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.5	Populasi dan Sampel .....	30
3.5.1	Populasi .....	30
3.5.2	Sampel.....	30
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	32
3.6.1	Uji Validitas .....	32
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	32
3.7	Teknik Analisis Data .....	33
3.7.1	Uji F (Uji Simultan) .....	33
3.7.2	Uji t (Parsial).....	33
3.7.3	Regresi Linier Berganda.....	34
3.7.4	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	35
3.8	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	35
3.8.1	Definisi Operasional.....	35
	Tabel 3.8.1 Definisi Operasional .....	35
3.8.2	Pengukuran Variabel Penelitian .....	40
BAB IV .....		41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		41
4.1.1	Karakteristik Responden .....	41
4.1.1.1	Jenis Kelamin .....	42
4.1.2	Gambaran Perilaku Responden .....	42
4.1.2.1	Penggunaan aplikasi McDonald"s.....	43
4.1.2.2	Banyaknya Jenis Produk yang di pesan setiap transaksi .....	44
4.1.2.3	Nominal yang di dikeluarkan setiap kali transaksi .....	45
4.1.3	Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian .....	46
4.1.3.1	Deskripsi Frekuensi Dimensi <i>Reliability</i> (X1) .....	46
4.1.3.2	Deskripsi Frekuensi Dimensi <i>Responsiveness</i> (X2).....	48
4.1.3.3	Deskripsi Frekuensi Dimensi <i>Privacy/Security</i> (X3) .....	50
4.1.3.4	Deskripsi Frekuensi Dimensi <i>Information Quality/Benefit</i> (X4) .....	51
	Tabel 4.8 Pernyataan Gambaran Dimensi <i>Information Quality/Benefit</i> .....	51



4.1.3.5	Deskripsi Frekuensi Dimensi <i>Ease Of Use/Usability</i> (X5) .....	53
4.1.3.6	Deskripsi Frekuensi Dimensi <i>Web Design</i> (X6) .....	54
4.1.3.7	Deskripsi Frekuensi Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	56
4.2	Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	58
4.2.1	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	58
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	61
4.3	Hasil Uji Hipotesis .....	62
4.3.1	Hasil Uji F (Simultan).....	62
4.3.2	Hasil Uji T (Parsial) .....	63
4.4	Hasil Analisis Data.....	66
4.4.1	Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda.....	66
4.5.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	69
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
BAB V .....		77
KESIMPULAN DAN SARAN .....		77
5.1.	Kesimpulan .....	77
5.2.	Saran .....	77
1.	Lampiran Kuesioner Penelitian.....	84
2.	Lampiran Uji Validitas.....	88
3.	Lampiran Uji Reliabilitas .....	91
4.	Lampiran Uji Simultan (F).....	93
5.	Lampiran Uji Parsial (T) .....	93
6.	Lampiran Uji Koefisien Determinasi .....	94

\

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Top Brand Index Fase 2 2022...	3
Tabel 2.3.1 Penelitian Terdahulu...	14
Tabel 3.8.1 Definisi Operasional.....	35
Tabel 4.2 Frekuensi Penggunaan Aplikasi McDonald's untuk Transaksi .....	43
Tabel 4.3 Frekuensi Menu yang di Pesan Setiap Kali Transaksi .....	44
Tabel 4.4 Nominal Setiap Kali Transaksi.....	45
Tabel 4.5 Pernyataan Gambaran Dimensi <i>Reliability</i> .....	47
Tabel 4.6 Pernyataan Gambaran Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	48
Tabel 4.7 Pernyataan Gambaran Dimensi <i>Privacy/Security</i> .....	50
Tabel 4.8 Pernyataan Gambaran Dimensi <i>Information Quality/Benefit</i> .....	51
Tabel 4.9 Pernyataan Gambaran Dimensi <i>Ease Of Use/Usability</i> .....	53
Tabel 4.10 Pernyataan Gambaran Dimensi <i>Web Design</i> .....	54
Tabel 4.11 Pernyataan Gambaran Variabel Kepuasan Konsumen.....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas .....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan) .....	62

Tabel 4.15 Hasil Uji T (Parsial) .....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aplikasi McDonald's.....

**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.2 Ulasan Aplikasi McDonald's.....8

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual..... 26

## DAFTAR LAMPIRAN

1.Lampiran Kuesioner Penelitian.....	84
2.Lampiran Uji Validitas .....	88
3.Lampiran Uji Reliabilitas.....	91
4.Lampiran Uji Simultan (F) .....	93
5.Lampiran Uji Parsial (T).....	93
6.Lampiran Uji Koefisien Determinasi.....	94



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Semakin cepat berkembangnya zaman dan perekonomian saat ini, ada berbagai cara yang dilakukan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dasar, terdapat 5 kebutuhan dasar manusia menurut Maslow, yaitu kebutuhan fisik, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan pengakuan dan kebutuhan aktualisasi diri. Dalam kebutuhan fisik yaitu berupa kebutuhan untuk makan, minum, tempat tinggal dan lainnya. Pada pemenuhan kebutuhan fisik ini untuk memenuhi makan dan minum menjadi poin penting bagi perusahaan atau pemasok barang dan jasa di pasar untuk menawarkan produk yang beragam, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, bahkan berusaha untuk memenuhi semua kebutuhan konsumen. Hal ini juga dilakukan oleh restoran khususnya restoran cepat saji yang telah berusaha menyesuaikan dan memenuhi kebutuhan konsumen yang datang seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen.

Valoka (2017) mendefinisikan, *Fast food* sebagai makanan yang mudah dikemas, mudah disajikan, praktis atau mudah diolah. Produksi makanan ini dengan menggunakan teknologi dalam industri makanan dan mengandung berbagai zat adiktif untuk mengawetkan produk dan memberikan rasa. Selain itu, pada Wikipedia, restoran fast food adalah tempat yang menyajikan makanan dan minuman dalam waktu yang relatif singkat mulai dari pemesanan hingga melayani pelanggan. Biasanya disajikan dalam bentuk hamburger atau ayam goreng.

Perkembangan restoran cepat saji di Indonesia setiap tahunnya mengalami kenaikan tiap tahunnya. Disebutkan dalam Bisnis.com (2019), menurut Emil Arifin selaku wakil ketua umum perhimpunan hotel dan restoran Indonesia Restoran siap saji tumbuh stabil dan akan semakin baik. Restoran cepat saji terus menerus mengalami kenaikan sebesar 10% hingga 15% (pertahunnya). Dengan tingkat pertumbuhan ini banyak restoran cepat saji yang mempeluas jangkauannya hingga berbagai wilayah di Indonesia, dan juga di dorong oleh respon positif dari semua kalangan masyarakat terhadap adanya restoran cepat saji.

Banyak restoran cepat saji di seluruh wilayah Indonesia seperti Kentucky Fried Chicken (KFC), A&W, Hoka Hoka Bento (Hokben), Richeese Factory, Mc Donald's dan lainnya. Sejarah awal makanan cepat saji di Indonesia yaitu pada tahun 1956 makanan cepat saji pertama, Bakmi GM atau Bakmi Gajah Mada didirikan di Jakarta. Di bawah nama perusahaan PT Griya Miesejati, Bakmi GM telah menjadi ikon kuliner mie di Jakarta. Restoran ini didirikan oleh pasangan bernama Tjhai Sioe dan Loei Kwai Fong. Lalu, diposisi kedua terdapat American Hamburger di tahun 1977, Ketiga KFC di tahun 1979, lalu McDonald's s pertama kali membuka gerai di Indonesia tahun 1991 tepat di kawasan Sarinah Jakarta.



**Tabel 1.1. Top Brand Index Fase 2 2022**

<b>BRAND</b>	<b>TBI 2021</b>	<b>TBI 2022</b>
McDonald's	30,5%	26,2%
KFC	28,5%	27,2 %
Hoka Hoka Bento	10,1%	9,4 %
AW	9,1%	7,6 %

*Sumber: Top Brand Award (2022)*

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas bahwa Mc Donald's berada diposisi pertama pada tahun 2021 dengan persentase 30,5% diikuti KFC sebesar 28,5%, Hoka Hoka Bento sebesar 10,1% dan AW sebesar 9,1%. Namun, ditahun 2022 terdapat perubahan posisi antara McDonald dan KFC, yang mana McDonald berada di posisi kedua dengan penurunan dari 30,5% menjadi 26,2%. Hal ini menjadi pertanyaan mengapa McDonald berada di posisi kedua di tahun 2022 dengan persentase penurunan yang cukup besar.

McDonald's, atau biasa dikenal dengan McD, merupakan restoran makanan cepat saji terbesar di dunia. Menu utama McDonald's adalah hamburger, dan ada juga minuman ringan, kentang goreng, ayam goreng dan hidangan lain yang disesuaikan dengan lokasi restoran. Seiring waktu, McDonald's memperluas lokasinya ke seluruh Indonesia.



**Gambar 1.1 Aplikasi McDonald's**

Salah satu strategi yang saat ini dilakukan Mc Donald's adalah melalui Aplikasi Khusus Mc Donald's. Pada 8 Mei 2019, McDonald's merilis aplikasi mobile yang memungkinkan pelanggan memesan makanan dari smartphone mereka. Sebelumnya, McDonald's memiliki layanan pengiriman yang disebut McDelivery. Sangat disayangkan bahwa McDonald's hanya menawarkan layanan pengiriman dan sangat sedikit tentang restoran. Lalu, aplikasi McDonald's ini bisa digunakan pesan antar, *drive thru*, dan juga *dine in*. Serta, memberikan beberapa inovasi atau ide baru untuk aplikasi ini, antara lain fitur penawaran promo diskon, kandungan gizi makanan, informasi menu, lokasi, dan McDelivery.



**Gambar 1.2 Ulasan Aplikasi McDonald's**

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis maka dilakukanlah *preliminary research* dari aplikasi McDonald's dengan penilaian dan review dari app store serta wawancara kepada salah satu pengguna aplikasi McDonald's. Penulis melihat adanya ulasan yang kurang baik diberikan oleh para pengguna aplikasi McDonald's. Menurut Pardiyo (2007), teks ulasan mengacu pada teks yang digunakan untuk mengkritik, mengevaluasi, atau mengkritik karya intelektual. Dari ulasan tersebut terdapat komentar yang mengatakan kekurangan dari aplikasi McDonald's ini dari segi keefektifan dan *e-service quality* dari penggunaan aplikasi McDonald's ini yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. dan juga membandingkan perusahaan yang serupa di bidang makanan yang juga meluncurkan aplikasi yaitu Burger King.



**Gambar 1.3 Rating Aplikasi McDonald's**



**Gambar 1.4 Rating Aplikasi Burger King**

Berdasarkan gambar 1.3 Dan gambar 1.4 rating yang diberikan pengguna aplikasi tersebut McDonald's memiliki rating yang lebih kecil dibandingkan. Hal ini menjadi acuan bagi penulis bahwa lebih banyak konsumen yang merasa puas terhadap penggunaan aplikasi burger king dibandingkan aplikasi mcdonald's dan menunjukkan kurangnya *e-service quality* yang diberikan McDonald's.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu mahasiswa Universitas Sriwijaya, berinisial A. mengatakan bahwa dirinya pernah melakukan transaksi menggunakan aplikasi McDonald's. namun, saat hendak menggunakan aplikasi tersebut

dengan menukarkan penawaran yang ada di aplikasi. Saat itu si A telah menukar paket sesuai dengan penawaran yang diberikan. Akan tetapi, pegawai di McDonald mengatakan bahwa salah satu menu yang terdapat pada penawaran tersebut tidak ada, karena sedang ada perbaikan pada mesin. Lalu, inisial A mengatakan bahwa tidak masalah tanpa menu tersebut, namun pegawai mengatakan bahwa mereka tidak bisa. Lalu, inisial A mengatakan penawaran apa yang diberikan pihak McDonald's sebagai ganti dari menu tersebut. Namun, pegawai McDonald's mengatakan bahwa tidak ada penawaran yang bisa digantikan atau tidak bisa menukarkan penawaran tersebut, sedangkan tiket penawaran sudah di klik oleh inisial A. Dari deskripsi ini bahwa kurangnya *e-service quality* yang diberikan pihak McDonald's kepada konsumen. Yang berdampak negative terhadap aplikasi McDonald's itu sendiri dan berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil *preliminary research* yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa konsumen yang menggunakan aplikasi McDonald's kurang puas terhadap *e-service quality* yang diterima konsumen. Maka dari itu, penulis memilih *e-service quality* sebagai dimensi dan akan dilihat pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan aplikasi McDonald's. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, yang dilakukan maka penulis tertarik untuk memilih judul **“Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Penggunaan Aplikasi McDonald (Studi Pada Masyarakat Kota Palembang)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini yaitu, Apakah *e-service quality* mempengaruhi kepuasan konsumen pada penggunaan aplikasi McDonald di Palembang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *e-service quality* mempengaruhi kepuasan konsumen pada penggunaan aplikasi McDonald di Palembang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dalam konteks isu-isu yang berkaitan dengan manajemen pemasaran khususnya dalam *e-service quality*.
2. Sebagai tambahan ilmu dan konsentrasi jurusan Manajemen Pemasaran.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Sebagai salah satu syarat Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
2. Untuk McDonald's penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terutama mengenai E- Service Quality terhadap kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andreanata, I. M. A., & Wilyadewi, I. I. D. A. Y. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD. Sari Jaya Buah Kabupaten Badung. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Parwisata*, 1(1), 14-24.
- Hamdani, N. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Pizza Express Jakarta. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 16(2), 090-096.
- Indira, E. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Price Fairness Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Mcdonald"s. *Agora*, 8(2).
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Istighfarin, R., Fitriani, A., & Riyani, N. L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mcdonald"s Sidoarjo Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 117-128.
- Kotler & Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Edisi kede. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lance Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 edisi 12. PT. indeks. Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo.

- McDonald's. (2019). Tentang Kami. Retrieved from McDonald: <https://mcdonalds.co.id/about>
- Pramezwary, A., Tanzil, S. T., Angelina, V., & Putro, W. W. W. (2021). Analisis Kualitas Layanan Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan Mcdonald"s Selama Covid-19. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 275-288.
- Sembiring, I. J., & Suharyono, A. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonalds MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).
- Setiawan, Edi dan Septiani, Sarah (2018) *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA MODA TRANSPORTASI GRAB DI TANGERANG SELATAN*. *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia*, 2 (1)
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyowati, W. (2018). Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya. *Umsida Press*, 1-182.
- Yanto, R. T. Y., & Anjarsari, A. D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce (Studi Kasus Pengguna Toko Online Shopee). *Pro Mark*, 11(1), 13-13.



- Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (survei pada konsumen The Little a Coffee Shop Sidoarjo)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 708-720.
- Raidah, R. A., & Wibowo, S. F. (2019). Analisis pengaruh e-service quality dan perceived service value terhadap kepuasan pelanggan tokopedia. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 148-166.
- Anggraeni, N. M. S., & Yasa, N. N. K. (2012). E-service quality terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam penggunaan internet banking. *Jurnal keuangan dan perbankan*, 16(2).
- Ndun, L. A. (2019). Analisis pengaruh e-service quality dan perceived value terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan layanan internet Indihome. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1).
- \Chesanti, P. C., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap kepuasan pelanggan sebagai pengguna Aplikasi PLN Mobile. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(1), 10-17.
- Albanna, M. R., Yunita, D., & Nofiauwaty, N. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Konsumen Tokopedia di Kota Palembang. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS SRIWIJAYA*, 20(3), 159-170.

Najib, R. G., Dewi, R. S., & Suryoko, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Lazada di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 347-358.

Pengaruh *E - Service quality* dan brand image terhadap kepuasan konsumen. Yos Soedarso Economics Journal Volume 1 Nomor 2. Eko Budiyanto, Ichwan Bagus Airlangga dan Ali Mahsun.

Pangestu, M. G., Fadhillah, Y., & Pandiangan, N. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna E-Wallet ShopeePay di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 68-76.