

ANALISIS PENGARUH DIMENSI *SERVQUAL* TERHADAP *CUSTOMER*

***SATISFACTION* PADA LAYANAN *DRIVE THRU* MCDONALD'S**

R.SUKAMTO DI KOTA PALEMBANG



Skripsi Oleh :

FEBRIANOWEN

01011381722166

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2021

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

ANALISIS PENGARUH DIMENSI *SERVQUAL* TERHADAP *CUSTOMER*

***SATISFACTION* PADA LAYANAN *DRIVE THRU* MCDONALD'S**

R.SUKAMTO DI KOTA PALEMBANG

Disusun oleh:

Nama : Febrianowen
NIM : 01011381722166
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Ketua,



Tanggal : 5-7-2021

Hj. Nofiwaty, S.E., M.M
NIP. 196911081994012001

Anggota,



Tanggal : 6-7-2021

Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI *SERVQUAL* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA LAYANAN *DRIVE THRU* MCDONALD'S
R.SUKAMTO DI KOTA PALEMBANG**

Disusun oleh:

Nama : Febrianowen
NIM : 01011381722166
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UIN
11/8.21

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 30 Juli 2021 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Palembang, 30 Juli 2021
Panitia Ujian Komprehensif

Ketua

Hj. Nofiawaty, S.E., M.M.
NIP. 196911081994012001

Anggota

Welly Nailis, S.E., M.M.
NIP. 197407102008011011

Anggota

Drs. H. A. Nazaruddin, M.M.
NIP. 195706131985031002

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen**

Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febrianowen
Nim : 01011381722166
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah Skripsi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

“ANALISIS PENGARUH DIMENSI *SERVQUAL* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA LAYANAN *DRIVE THRU* MCDONALD’S R.SUKAMTO DI KOTA PALEMBANG”

Pembimbing :

Ketua : Hj. Nofiawaty, S.E., M.M.
Anggota : Welly Nailis, S.E., M.M.
Tanggal Ujian : 30 Juli 2021

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak di sebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 30 Juli 2021
Pembuat Pernyataan,



Febrianowen
NIM. 01011381722141

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Qs. Al-Insyirah : 6)

“Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri”

(Qs. Al-Ankabut : 6)

“Allah Tidak Membebani Seseorang Itu Melainkan Sesuai Dengan Kesanggupannya”

(Qs. Al-Baqarah : 286)

“Today is cruel. Tomorrow is crueler. And the day after tomorrow is beautiful.”

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- Allah SWT
- Nabi Muhammad SAW
- Kedua Orang Tua ku tercinta
- Keluargaku
- Orang-orang yang Kucintai dan Sahabat-sahabatku
- Universitas Sriwijaya

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil' alamin, segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Dimensi *Servqual* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Layanan *Drive Thru* McDonald's R.Sukamto Di Kota Palembang”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis. Akhir kata penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Palembang, 12 Agustus 2021
Penulis,



Febrianowen
NIM. 01011381722166

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis secara khusus berkeinginan untuk menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Penulis banyak menerima bantuan, bimbingan, petunjuk, dan dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral ataupun material . Rasa terima kasih ini penulis ucapkan kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE** selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak **Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., ME.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Ibu **Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D** selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak **Reza Ghasarma, SE, M.M, M.B.A** selaku Koordinator Akademik Jurusan Manajemen Kampus Palembang.
5. Ibu **Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., Ph.D** selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Ibu **Hj. Nofiawaty, S.E., M.M.** selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah membimbing saya, memberikan waktu, masukan, dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak **Welly Nailis, S.E., M.M.** selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah membimbing saya, memberikan waktu, masukan, dan saran kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.

8. Bapak **Drs. H. Akhmad Nazaruddin, M.M.** selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan waktu, masukan, dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dan ilmu-ilmu yang berhubungan dengan manajemen.
9. **Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya** yang dengan ikhlas telah memberikan dan membagikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama saya menjalankan perkuliahan.
10. Para Staff Akademik dan perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya kampus Palembang, yang telah membantu saya sejak awal sampai akhir perkuliahan.
11. Terkhusus untuk kedua orang tua ku yang tercinta, papa **Tedy Febrian** dan mama **Yelly Indy, S.E** yang telah memberikan bantuan berupa dukungan baik materi maupun non-materi, motivasi, kasih sayang, serta doa tulus yang tak henti kepada saya.
12. Adikku tersayang **Thabina Amanda** dan **Fabianovel**, yang telah memberikan dukungan dari bentuk apapun dan doa yang tidak hentinya untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
13. Keluargaku tercinta **Oma Inawati, Opa Rudy, Aunt Etta, Uncle Deni, Tante Imelda, Tante Eti, Om Ivan, Ode, Miko, Deko, Rizka, Donna, Dinno** yang telah memberikan bantuan berupa dukungan baik materi maupun non-materi, motivasi, kasih sayang, serta doa tulus yang tak henti kepada saya.
14. **Om Boyke, Tante Ida, dan Yesa** yang selalu memberikan doa serta dukungan yang tulus kepada penulis.

15. Seorang yang spesial **Imel Savira** yang selalu menemani penulis, menjadi tempat berbagi keluh kesah serta memberikan arahan dan masukan yang baik untuk penulis yang sangat membantu selama masa perkuliahan.
16. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu sedia menemani, membantu, dan mendukung penulis selama masa bahagia dan masa sulit perkuliahan di Fakultas Ekonomi Unsri hingga detik ini **Dhea, Aldi, Chania, Faqi, Adam, Syanin, Zul dan Saskia**
17. Sahabat terbaik sedari SMP **Dicky** dan **Steven** yang selalu memberi dukungan kepada penulis dalam menjalani perkuliahan di Fakultas Ekonomi Unsri
18. Teman – temanku seperjuangan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Jurusan Manajemen Angkatan 2017 yang telah membantu dan mendukung saya selama masa perkuliahan.
19. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Palembang, 12 Agustus 2021



Febrianowen
NIM. 01011381722166

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH DIMENSI *SERVQUAL* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA LAYANAN *DRIVE THRU* MCDONALD'S R.SUKAMTO DI KOTA PALEMBANG

Oleh:
Febrianowen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan *drive thru* McDonald's R.Sukamto di Kota Palembang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari jurnal-jurnal serta *website* yang dapat dipercaya dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan metode perhitungan statistik dengan memakai dua uji yaitu : koefisien determinasi (R^2) dan regresi linear berganda yang menggunakan SPSS 21.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, dan jaminan tidak memiliki pengaruh sedangkan variabel daya tanggap, keandalan, dan empati memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada layanan *drive thru* McDonald's R.Sukamto di Kota Palembang. Keterbatasan pada penelitian ini adalah populasi dan sampel yang terbatas dikarenakan terjadinya pandemi *covid-19*. Variabel yang ada di dalam penelitian ini terbatas pada variabel dimensi kualitas pelayanan.

Kata Kunci : *Dimensi Kualitas Pelayan, Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE EFFECT OF SERVQUAL DIMENSIONS ON CUSTOMER SATISFACTION ON DRIVE SERVICES THROUGH R.SUKAMTO IN PALEMBANG CITY MCDONALD

**By :
Febrianowen**

This study aims to determine the analysis of the influence of service quality dimensions on customer satisfaction at McDonald's R. Sukamto drive through services in Palembang City. The type of data used in this study is secondary data obtained from reliable journals and websites with a sample of 100 respondents. The data analysis technique used in this study is quantitative analysis using the calculation method by cursing two tests, namely: the coefficient of determination (R²) and multiple linear regression using SPSS 21.0. The results of this study indicate that the physical evidence and guarantee variables have no effect responsiveness, satisfaction, and empathy variables have an influence on the influence of consumers on driving services through McDonald's R. Sukamto in Palembang City. The limitations of this study are the limited population and sample due to the COVID-19 pandemic. The variables in this study are limited to the dimensions of service quality variables.

Keywords : Service Quality Dimensions, Customer Satisfaction

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Dosen pembimbing Skripsi telah menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa :

Nama : Febrianowen
NIM : 01011381722166
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Dimensi *Servqual* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Layanan *Drive Thru* McDonald's R.Sukamto Di Kota Palembang

Telah kami periksa penulisan *grammar*, maupun susunan *tenses* nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar Abstrak.

Dosen Pembimbing,

Ketua

Anggota



Hj. Nofiwaty, S.E., M.M.
NIP. 196911081994012001



Welly Nailis, S.E., M.M.
NIP. 197407102008011011

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Mahasiswa : Febrianowen

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 5 September 1999

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat : Jalan Brigjend Hasan Kasim, Komp. Jaya Raya
Garden Blok A No 12, RT. 44 RW. 03

Alamat E-mail : febrianowen@gmail.com



PENDIDIKAN FORMAL

Tahun Ajaran (2003-2005) : TK Nusa Indah Palembang

Tahun Ajaran (2005-2011) : SD Indriasana Palembang

Tahun Ajaran (2011-2014) : SMP Xaverius 6 Palembang

Tahun Ajaran (2014-2017) : SMA Xaverius 3 Palembang

Tahun Ajaran (2017-2021) : Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Sriwijaya Palembang

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .Error! Bookmark not defined.	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK	xii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II	14
STUDI PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Service Quality (Kualitas Pelayanan).....	14
2.1.2 Dimensi <i>Service Quality</i> (Dimensi Kualitas Pelayanan).....	15
2.1.3 Teori <i>Service Quality Gap</i>	17
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Konsumen)	19
2.1.5 Layanan <i>Drive thru</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Konseptual.....	30

2.4	Hipotesis Penelitian	30
BAB III.....		34
METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	34
3.2	Rancangan Penelitian.....	34
3.3	Jenis-Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1	Sumber Data	35
3.3.1.1	Data Primer	35
3.3.1.2	Data Sekunder.....	35
3.3.2	Jenis Data	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	35
3.5	Populasi dan Sampel.....	36
3.5.1	Populasi	36
3.5.2	Sampel.....	36
3.6	Instrumen Penelitian	38
3.6.1	Skala Pengukuran Kuesioner	38
3.6.2	Uji Validitas.....	39
3.6.3	Uji Reliabilitas	39
3.7	Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1	Koefisien Determinasi (.....	40
3.7.2	Persamaan Regresi Linear Berganda.....	40
3.7.3	Uji T (Parsial)	41
3.7.4	Uji F (Simultan)	41
3.8	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	41
BAB IV		44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Hasil Uji Instrumen Penelitian	44
4.1.1	Hasil Uji Validitas.....	44
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	45
4.2	Hasil Penelitian.....	47
4.2.1	Gambaran Umum Profil Dan Perilaku Responden	47
4.2.2	Deskripsi Gambaran Variabel Penelitian	51
4.2.2.1	Gambaran Variabel <i>Tangibles</i> (X1).....	52
4.2.2.2	Gambaran Variabel <i>Responsiveness</i> (X2).....	54

4.2.2.3	Gambaran Variabel <i>Assurance</i> (X3).....	56
4.2.2.4	Gambaran Variabel <i>Reliability</i> (X4).....	58
4.2.2.5	Gambaran Variabel <i>Empathy</i> (X5).....	60
4.2.2.6	Gambaran Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y).....	62
4.2.3	Hasil Analisis Data.....	64
4.2.3.1	Uji T (Parsial).....	64
4.2.3.2	Uji F (Simultan).....	67
4.2.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
4.2.3.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.3	Pembahasan.....	73
4.3.1	Dimensi Servqual.....	73
4.3.1.1	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik).....	73
4.3.1.2	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	74
4.3.1.3	<i>Assurance</i> (Jaminan).....	75
4.3.1.4	<i>Reliability</i> (Keandalan).....	76
4.3.1.5	<i>Empathy</i> (Empati).....	77
4.3.2	Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	78
4.4	Analisis Dan Interpretasi Variabel Dominan.....	83
BAB V.....		84
KESIMPULAN DAN SARAN.....		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....		87
LAMPIRAN.....		90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Survei : Alasan Konsumen Membeli " <i>Fast Food</i> "	2
Gambar 1. 2 Nilai Merek Perusahaan Makanan Cepat Saji	3
Gambar 2.1 McDonald's <i>Drive Thru Timing Operation</i>	24
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	30

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Pesaing Layanan Drive Thru McDonald's R.Sukamto.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Skala Semantic Differential	39
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Usia Responden	48
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Penghasilan Responden Per bulan	48
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Siapa Yang Merekomendasi Responden Untuk Menggunakan Layanan Drive thru McDonald's	49
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Mengapa Anda Menggunakan Layanan Drive thru McDonald's	50
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Layanan Drive thru Apa Selain McDonald's Yang Anda Sering Gunakan?.....	50
Tabel 4. 9 Kategori Kelas Analisis Deskriptif	51
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tangibles (X1).....	52
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Responsiveness (X2).....	54
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Assurance (X3).....	56
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Reliability (X4).....	58
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Empathy (X5)	60
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Customer Satisfaction (Y).....	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji T (Parsial).....	64
Tabel 4. 17 Hasil Uji F (Simultan).....	67
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi (R^2)	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2. Uji Validitas	95
Lampiran 3. Uji Reliabilitas	97
Lampiran 4. Uji Simultan (Uji F).....	98
Lampiran 5. Uji Parsial (Uji T).....	99
Lampiran 6. Analisis Regresi Linear Berganda	100
Lampiran 7. Koefisiensi Determinasi (R^2)	100

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

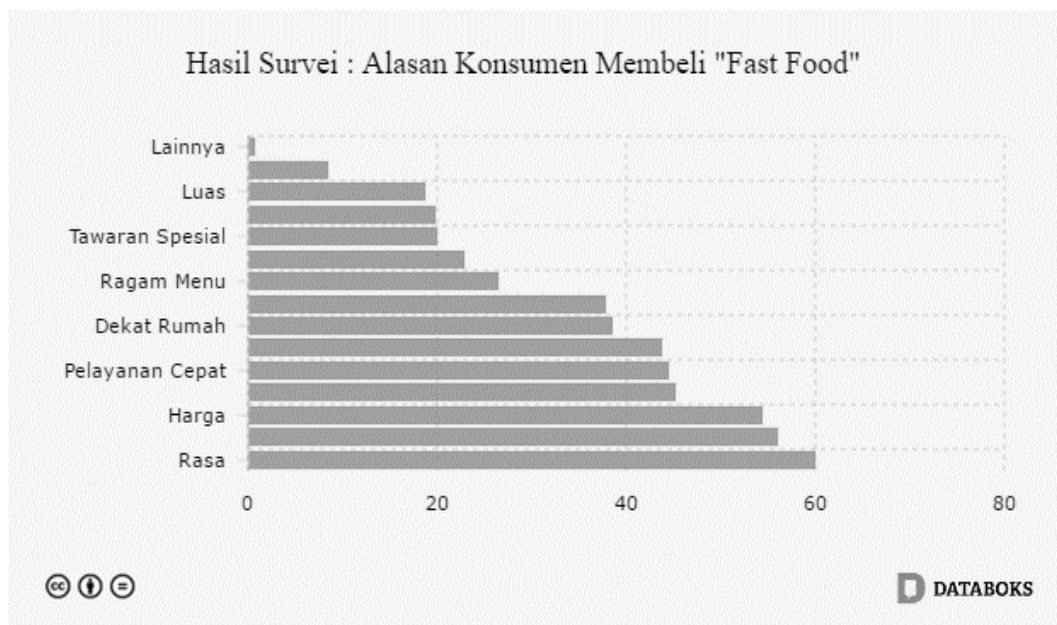
Pada perkembangan dunia bisnis dan usaha kuliner di era globalisasi saat ini sudah bertumbuh sangat cepat meskipun di masa yang krisis. Hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan yang paling utama untuk dipenuhi. Bisnis kuliner akan terus berkembang jika makanan serta minuman sebagai kebutuhan yang paling utama. Usaha yang sangat pesat juga memberikan peluang serta tantangan, yang diikuti oleh pola hidup masyarakat yang terus bergerak secara cepat. Hal ini menyebabkan adanya tuntutan untuk masyarakat supaya bergerak lebih aktif dan cepat, sehingga terdapat keinginan masyarakat untuk memperoleh barang ataupun makanan dengan cara mudah dan cepat. Tidak heran jika masyarakat di era globalisasi saat ini lebih cenderung suka terhadap makanan cepat saji.

Pada saat ini bisnis restoran memperlihatkan kemajuan yang relatif maju, dibuktikan dengan bermunculannya restoran dengan jumlah yang sangat banyak. mulai dari restoran yang biasa ataupun restoran cepat saji. Hal diperlihatkan dengan adanya peningkatan persaingan pada dunia bisnis restoran yang semakin kuat, mulai dari fasilitas yang semakin berkembang hingga menu yang ditawarkan bermacam-macam. Tempat makan yang ditawarkan tidak hanya sekedar untuk menikmati makanan rumahan sampai dengan menu yang sederhana saja melainkan

restoran yang mewah menyajikan menu yang unik dan mewah dengan tarif internasional.

Pada umumnya jenis restoran ini terletak di lokasi yang strategis, sehingga persaingan bisnis restoran ini mengharuskan pelaku usaha mengamati apa yang diinginkan oleh konsumen yang mudah berubah. Dalam pandangan konsumen lebih menaruh minat untuk memperhatikan nilai kepuasan yang dirasakan. Dampak dari bisnis penyediaan layanan jasa harus diperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

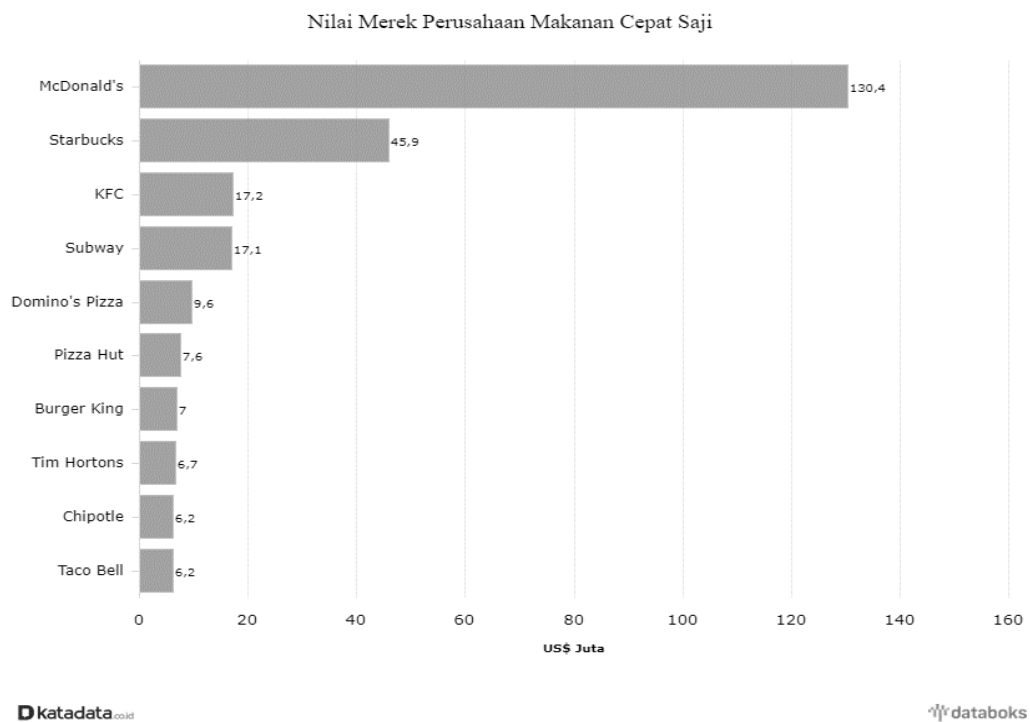
Ketika restoran mampu memberikan yang dibutuhkan serta diinginkan oleh konsumen, maka mereka akan merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan restoran tersebut.



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/> (Research, 2016).

Gambar 1. 1 Hasil Survei : Alasan Konsumen Membeli "*Fast Food*"

Pada saat ini, masyarakat Indonesia yang bertempat tinggal di daerah kota mulai ada ketertarikan dan menyukai makanan cepat saji seperti *hamburger, hot dog, kentucky, spaghetti, pizza* dan makanan cepat saji lainnya. Rasa tertarik ini dikarenakan masyarakat mulai menyukai hal yang praktis dikarenakan aktivitas yang pada di luar rumah sehingga tidak memiliki waktu untuk menyajikan makanan, mobilitas masyarakat yang tinggi di kota semakin cepat (Mufidah, 2012). Pada saat ini masyarakat perkotaan yang berperilaku konsumtif tidak hanya karena terdapat kebutuhan dari fungsi produk tersebut, tetapi karena adanya rasa ingin atau sifat dalam menjaga gengsi (Mufidah, 2012).



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/> (Pusparisa, 2019).

Gambar 1. 2 Nilai Merek Perusahaan Makanan Cepat Saji

McDonald's merupakan salah satu restoran makanan cepat saji terbesar di dunia yang menawarkan berbagai makanan cepat saji. McDonald's di Indonesia hadir pada tahun 1991 dan menjadi negara ke-70 dari McDonald's di seluruh dunia. Pada 22 Februari 1991 McDonald's di Sarinah Thamrin Jakarta beroperasi dengan mempekerjakan 460 kru dan 26 manajer. Untuk McDonald's di Indonesia sendiri menawarkan menu yang beragam dan bervariasi seperti *burger* (dengan isi daging sapi dan daging ayam), *fried chicken*, dan menu *breakfast* seperti *sausages wrap*, *chicken muffin*, *hotcakes*. Sumber : mcdonalds.co.id

Pada tanggal 4 Juni 2009, pihak Bina Nusa Rama di bawah pimpinan Bapak H. Bambang N. Rachmadi Msc. MBA memberikan asset dari 97 gerai McDonald's kepada PT. Rekso Nasional Food (RNF) di bawah pimpinan Bapak Sukowati Sosrodjojo. PT. RNF adalah anak perusahaan dari Rekso Grup yang pada tanggal 4 Juni 2009 telah menandatangani master franchise agreement dengan McDonald's Internasional Property Company (MIPC) untuk izin menggunakan merek McDonald's Indonesia. Sampai saat ini PT. RNF memiliki 134 Restoran McDonald's di seluruh Indonesia. Di Indonesia tepatnya di Kota Palembang, McDonald's mempunyai 3 cabang yaitu McDonald's Sudirman, McDonald's R.Sukamto & McDonald's Ryacudu, salah satu McDonald's di Palembang yang menjadi objek penelitian ini yaitu **McDonald's R.Sukamto**. Alasan McDonald's R.Sukamto yang menjadi objek penelitian ini dikarenakan lokasi yang berada di tengah kota, lokasi yang sangat mudah untuk diakses dan sesuai dengan sasaran marketing McDonald's yang mengarah ke masyarakat yang membutuhkan

makanan cepat saji serta melakukan pemesanan dengan menggunakan layanan *drive thru*.

McDonald's mendapatkan pencapaian ini tentu tidak mudah, McDonald's memiliki strategi dalam menghasilkan usaha *franchise* sehingga dapat bertahan serta bersaing dengan restoran cepat saji yang lain. Dengan adanya persaingan ini membuat McDonald's berinisiatif untuk membuat dirinya berbeda terhadap pesaing. Keadaan seperti ini membuat McDonald's untuk senantiasa menaikan standar kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen dengan tujuan supaya konsumen memiliki rasa puas serta berkontribusi secara positif untuk pihak restoran. Dampak dari kualitas pelayanan salah satunya adalah terciptanya kepuasan konsumen di restoran tersebut. Dalam menjaga kualitas pelayan (*Service Quality*) terhadap konsumen maka diperlukannya penilaian dari konsumen. Kesuksesan McDonald's dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, semakin konsumen puas terhadap kualitas pelayanan McDonald's maka kepuasan konsumen terhadap McDonald's dipandang baik oleh konsumen sehingga ada kemungkinan konsumen akan datang kembali ke McDonald's di kemudian hari.

Pesaing restoran cepat saji McDonald's R.Sukamto terutama pada layanan *drive thru* terdapat 4 pesaing. Berikut adalah 4 daftar pesaing restoran cepat saji pada layanan *Drive thru* McDonald's R.Sukamto Di Kota Palembang :

Tabel 1. 1 Daftar Pesaing Layanan *Drive Thru* McDonald's R.Sukamto

No.	Nama Perusahaan	Alamat
1.	Kentucky Fried Chicken (KFC)	Celentang
2.	Kentucky Fried Chicken (KFC)	Demang Lebar Daun
3.	Richeese Factory	Sumpah Pemuda
4.	Burger King	Underpass Simpang Patal

Sumber : palembang.tribunnews.com

Salah satu contoh nyata adalah persaingan McDonald's dengan Burger King, dalam menghadapi persaingan McDonald's mempunyai strategi yang lebih unggul dilihat dari menu sarapan dan *Happy Meals* yang membuat McDonald's mendapatkan keuntungan yang lebih unggul dibandingkan Burger King, Penyajian McDonald's yang lebih cepat dibandingkan Burger King, promosi dan pemasaran yang dilaksanakan oleh pihak McDonald's lebih mahal dibandingkan Burger King, dan menurut masyarakat kentang goreng McDonald's jauh lebih enak dari pada produk makanan serupa di beberapa restoran cepat saji lainnya. Sumber : liputan6.com

Layanan *Drive thru* timbul sebagai ide baru restoran cepat saji sebagai salah satu yang membuat perbedaan dalam layanan mereka. *Drive thru* merupakan bisnis pada bidang pelayanan terhadap konsumen yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk membeli produk tanpa perlu keluar dari kendaraan mereka. Pada tahun 1975 layanan *drive thru* McDonald dimulai di kota Sierra Vista, Arizona yang berada di dekat pangkalan militer Fort Huachuca yang lokasinya dekat kota. *drive thru* tercipta dengan tujuan memberikan pelayanan kepada para tentara dikarenakan tidak adanya izin keluar dari kendaraan ketika mereka menggunakan pakaian tentara. Pada tahun 1999 tepatnya bulan Mei restoran ini ditutup serta dihancurkan.

McDonald's kembali mendirikan restoran yang baru di Eropa tepatnya di Nutgrove Dublin, Irlandia yang berada pada pusat perbelanjaan. Sumber : Wikipedia.org

Kasus kualitas pelayanan yang pernah terjadi pada 4 Februari 2020 di layanan *drive thru* McDonald's adalah kecurangan yang dilakukan oleh karyawan McDonald's Senayan Trade Center. Kejadian ini dialami oleh konsumen secara langsung melalui layanan *drive thru* McDonald's, dimana karyawan tersebut tidak memberikan struk pembelian dengan memberikan alasan komputer sedang mati. Konsumen tersebut membeli satu chicken burger, satu cheeseburger dan dua air mineral yang dimana total harga aslinya sebesar Rp 57.000, namun karyawan McDonald's tersebut menyebutkan total harga pembelian sebesar Rp 100.000. Konsumen tersebut komplain dan pada akhirnya karyawan tersebut bersedia mencetak struk dan mengembalikan sisa uang konsumen, namun karyawan tersebut tidak mengucapkan permohonan maaf kepada konsumen layanan *drive thru* McDonald's.

Kualitas pelayanan merupakan usaha perusahaan agar dapat memuaskan harapan konsumen lewat jasa dengan menyertai produk yang ditawarkan sehingga dapat terciptanya kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan menekankan agar dapat permintaan dan keinginan konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, sehingga kualitas pelayanan merupakan bagian yang utama dan perlu diperhatikan supaya menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi bagian yang utama di restoran cepat saji untuk menarik minat beli konsumen. Strategi restoran cepat saji agar dapat bertahan serta menjadi pilihan di dalam persaingan yang ketat adalah kualitas pelayanan yang diberikan secara maksimal.

Bisnis restoran yang memberikan pelayanan yang tidak baik akan mengakibatkan konsumen tidak puas dan berdampak juga terhadap calon konsumen dikarenakan adanya rasa kecewa dari konsumen yang sudah pernah berkunjung ke restoran tersebut, karena konsumen yang sudah kecewa akan menceritakan mengenai kekecewaannya paling sedikit kepada 15 orang yang dikenalnya (Lupiyoadi Rambat, 2006).

Untuk memuaskan konsumen dilihat berdasarkan tanggapan atas *service quality* yang perusahaan berikan. Dimensi *service quality* ini mencakup, *Tangibles* (bukti nyata) dari perusahaan dalam memberikan layanan dan bentuk fisik yang nantinya akan diterima konsumen. *Reliability* (keandalan) dari perusahaan dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan handal dan akurat, *Responsiveness* (daya tanggap) dari perusahaan secara langsung melalui keinginan dan kesadaran karyawan dalam memberikan jasa dan membantu konsumen dengan cepat. *Assurance* atau jaminan dari perusahaan dalam meyakinkan konsumen untuk mengkonsumsi jasa yang ditawarkan melalui pengetahuan dan perilaku karyawan perusahaan, *Empathy* atau empati perusahaan dalam memberikan perhatian khusus akan kebutuhan konsumen yang dilakukan langsung oleh karyawan (Zeithaml, Valarie A., 2009).

Lima Dimensi *Service Quality* yang dilakukan oleh McDonald's R.Sukamto khususnya layanan *drive thru* berikan terhadap konsumen yang pertama *Tangibles* (bukti nyata) dari McDonald's dapat dilihat dari seragam yang dikenakan oleh karyawan rapi, papan menu yang dapat dilihat dengan jelas, dan ruang *drive thru* yang cukup luas, yang kedua *Reliability* (keandalan) McDonald's dapat dilihat dari

produk telah dibuat sesuai dengan apa yang dipesan, pesanan dibuat sesuai dengan waktu yang telah disampaikan, produk yang disajikan kepada konsumen harus mempertahankan kualitasnya, yang ketiga *Responsiveness* (daya tanggap) McDonald's, dapat dilihat dari karyawan yang mampu memberikan pelayanan dengan cepat dan selalu tanggap dalam memberikan pelayanan, yang keempat *Assurance* (jaminan) McDonald's dapat dilihat dari Karyawan yang selalu menyapa konsumen dengan senyum, selalu berbicara dengan sopan dengan konsumen, dan tulus dalam memberikan bantuan kepada konsumen, yang kelima *Empathy* (empati) McDonald's dapat dilihat dari karyawan yang memahami apa yang diinginkan oleh konsumen, serta membantu konsumen yang bingung dalam melakukan pesanan.

Teori *Service Quality Gap* menurut Kotler Philip (2009) dalam memberikan service quality ini terdapat gap-gap yang dikenal dengan *Service Quality Model*. Model ini mendefinisikan gap-gap yang mungkin terjadi dalam suatu organisasi yang dapat menyebabkan kegagalan dalam memberikan kualitas pelayanan. Gap-gap tersebut antara lain yang pertama, Gap 1: *Gap between Consumer Expectation and Management Perception* (Gap antara ekspektasi konsumen dengan persepsi manajemen). Yang kedua, Gap 2: *Gap between Management Perception and Service quality Specification* (Gap antara persepsi manajemen dengan spesifikasi dari kualitas layanan). Yang Kelima, Gap 3: *Gap between Service quality Specification and Service Delivery* (Gap antara spesifikasi dari kualitas layanan dengan layanan yang diberikan). Yang keempat, Gap 4: *Gap between Service Delivery and External Communication* (Gap antara layanan yang diberikan dengan komunikasi eksternal terhadap konsumen). Yang kelima, Gap 5: *Gap between*

Expected Service versus Perceived Service (Gap antara ekspektasi terhadap layanan dengan layanan yang diterima).

Hubungan antara McDonald's dengan konsumen akan terbangun jika *service quality* (kualitas pelayanan) yang diberikan sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen, dan akhirnya hubungan dapat mempermudah perusahaan untuk mengetahui apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Sehingga, mempunyai dampak yang baik terhadap kepuasan konsumen yang tinggi dan diharapkan akan menghasilkan loyalitas konsumen dalam menggunakan produk atau jasa dari perusahaan (Hazra & Srivastava, 2009).

Customer Satisfaction (Kepuasan konsumen) adalah adalah ketika harapan konsumen sesuai dengan apa yang dirasakan dan dialami, dan juga ketika apa yang dirasakan dan dialami melebihi dengan yang diharapkan oleh konsumen, bisa dipastikan konsumen tersebut merasakan kepuasan (Yamit, 2004). Untuk itu pihak penyedia produk maupun jasa harus dapat memenuhi harapan konsumen terhadap produk dan jasa yang akan dikonsumsi dan harga yang diberikan oleh restoran pun terjangkau oleh kalangan mana pun. Salah satu restoran makanan cepat saji yaitu McDonald's berusaha memenuhi kebutuhan konsumen. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa McDonald's pintar dalam melihat peluang yang besar dan langsung memanfaatkan peluang besar tersebut. Untuk mencapai kepuasan konsumen perusahaan perlu menerapkan pelayanan yang baik, karena pelayanan merupakan salah satu syarat keberhasilan pada kegiatan atau usaha yang sifatnya jasa.

Pada penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh (Nabayev, Pawenang, Islam, & Surakarta, 2019) menyatakan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap

kepuasan konsumen pada aspek *tangible* (bukti nyata) aspek ini memberikan kontribusi terbesar dibanding aspek-aspek lainnya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti mempunyai tujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan untuk menilai kepuasan konsumen pada layanan *drive thru* McDonald's R.Sukanto di Kota Palembang. Sehingga peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Dimensi Servqual terhadap *Customer Satisfaction* pada Layanan *Drive Thru* McDonald's R.Sukanto di Kota Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah pada penelitian ini, dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah dimensi *servqual* McDonald's berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *customer satisfaction* pada layanan *drive thru* McDonald's R.Sukanto di Kota Palembang?
2. Dimensi *servqual* McDonald's manakah yang dominan berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada layanan *drive thru* McDonald's R.Sukanto di Kota Palembang?
3. Apakah dimensi *servqual* McDonald's berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *customer satisfaction* pada layanan *drive thru* McDonald's R.Sukanto di Kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah agar mengetahui cara “bagaimana agar dapat memberikan *customer satisfaction* pada pelayanan *drive thru* McDonald’s R.Sukamto di Kota Palembang, dan terus meningkatkan pembelian pada pelayanan *drive thru* McDonald’s R.Sukamto di Kota Palembang secara efektif dan efisien.

1. Untuk mengetahui secara parsial maupun simultan pengaruh dimensi *servqual* terhadap *customer satisfaction* pada layanan *drive thru* McDonald’s R.Sukamto di Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui dimensi *servqual* apa yang dominan terhadap *customer satisfaction* pada layanan *drive thru* McDonald’s R.Sukamto di Kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, dan menambah informasi serta wawasan, terutama pada **dimensi *servqual* terhadap *customer satisfaction* pada layanan *drive thru* McDonald’s R.Sukamto di Kota Palembang.**

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat bagi peneliti, mengharapkan agar dapat menambah wawasan serta pengetahuan tentang penelitian ini, dan dapat melatih meningkatkan kecakapan teknik menganalisis untuk memperoleh pengetahuan yang lebih rinci dan lebih luas

mengenai permasalahan yang sedang diteliti. Manfaat bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi, pedoman atau bahan pertimbangan mengenai hubungan dimensi *servqual* dengan *customer satisfaction*. Manfaat bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan bahan referensi bagi yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armanto, I. D. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1282–1309. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p06>
- Desfandriyani, D. (2018). Pengaruh Kinerja Karyawan dan Kualitas Pelayanan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Pro Chicken (Studi Kasus di Pro Chicken Purworejo). *OIKONOMIA - Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 59–66.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, C. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Fauzi, E., & Bustami, S. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Jombang Satu), 1, 278–290.
- Fiazisyah Annisa, P. N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya. *E-Journal Boga*, 7(2), 168–187.
- Hazra, S. G., & Srivastava, K. B. L. (2009). Impact of Service Quality on Customer Loyalty , Commitment and Trust in the Indian Banking Sector, *VIII*(3), 38–48.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler Philip, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran (Terj. Bob Sabran)* (13th

- ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: UGM.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Lupiyoadi Rambat, A. H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa (Kedua)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mariska, Z., & Shihab, M. (2016). Pengaruh Dimensi Service Quality Terhadap Kepuasan Tamu Hotel dan Dampaknya Terhadap Behaviour Intention (Studi Kasus Pada Hotel Aston Kuningan Suites-Jakarta). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 217–234. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v14i2.4004>
- Mufidah, N. L. (2012). Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan. *Unair BioKultur*, 1(2).
- Nabayev, A. L., Pawenang, S., Islam, U., & Surakarta, B. (2019). Jurnal Utilitas].
- Pusparisa, Y. (2019). McDonald's, Merek Restoran Cepat Saji Terbesar Dunia. Retrieved November 22, 2020, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/07/mcdonalds-pemimpin-pasar-restoran-cepat-saji>
- Research, W. M. (2016). Alasan Kenapa Orang Indonesia Memilih “Fast Food.” Retrieved November 22, 2020, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/09/05/alasan-kenapa-orang->

indonesia-memilih-fast-food

- Rondonuwu, C., Raintung, M. C., Pengaruh, A., Pengaruh, A., Pelayanan, K., Dan, P., ... Mall, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas, 4(4), 771–781.
- Setiawan, R., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Kary, U. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Store Atmosphere terhadap (Studi pada konsumen Cokelat Klasik Cafe & Garden Sulfat Malang), 1–5.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Supranto, J. (2008). *Statistika Teori dan Aplikasi (Ketujuh)*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yamit, Z. (2001). *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yamit, Z. (2004). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Yuliana, R. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Little White Cafe Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Almana)*, 2(2).
- Zeithaml, Valarie A., M. J. B. dan D. D. G. (2009). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.