

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DI MC DONALD'S SLAMET RIYADI  
SURAKARTA**

**JURNAL SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh :**

**NAMA : Anggela Dea Nabela**

**NIM : 2021515094**

**PROGDI : S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DHARMA AUB SURAKARTA**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL SKRIPSI**

Nama : Angela Dea Nabela  
NIM : 2021515094  
Jurusan/Progdi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta  
Nama Pembimbing : Dr. Yosephine Angelina Y.P.E, S.E,MM

Surakarta, 3 Maret 2025

Mengetahui,

Ketua Progdi S1 Manajemen

Pembimbing



**Denny Mahendra, SE, MM**

NIDN.0606077904



**Dr. Yosephine Angelina Y.P.E.S.E,MM**

NIDN.0624078402

# **ANALISIS KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MC DONALD'S SLAMET RIYADI SURAKARTA**

**Anggela Dea Nabela**

Program Studi: S1 Manajemen

Universitas Dharma AUB Surakarta

E-mail: [Anggeladn01@gmail.com](mailto:Anggeladn01@gmail.com)

## **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui secara empiris pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Mc Donal's Slamet Riyadi Surakarta. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 kosnumen sudah pernah datang minimal 2kali yang menjadi sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sampling jenuh atau sensus. Teknik analisis dalam penelitian ini terdiri dari pengujian instrument yang terdiri dari Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji asumsi klasik, Analisis regresi linier berganda, Uji t, Uji F, dan Uji R2 (Koefisien Determinasi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas dan reliabilitas terhadap seluruh item pernyataan yang diajukan terbukti valid dan reliable. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa penelitian ini terdistribusi secara normal, tidak terjadi multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan bebas runs test pada model regresi. Hasil uji hipotesis secara parsial maupun simultan menunjukkan bahwa Kualitas produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan hasil uji R2 (Koefisien Determinasi) diperoleh nilai Adjusted R square sebesar 0,644 artinya variabel Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan di Mc Donlad's Slamet Riyadi Surakarta koefisien determinasinya 66,4%. Sedangkan sisanya 33,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ikut dalam penelitian misalnya lokasi, harga, citra merk dan lainnya.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen**

## ***ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AT MC DONALD'S SLAMET RIYADI SURAKARTA***

**Anggela Dea Nabela**

Program Studi: S1 Manajemen

Universitas Dharma AUB Surakarta

E-mail: [Anggeladn01@gmail.com](mailto:Anggeladn01@gmail.com)

## ***Abstract***

*The purpose of this study is to find out empirically the Influence of Product Quality, Promotion and Service Quality In this study, data was collected through a questionnaire to 100 consumers of McDonald's Slamet Riyadi Surakarta City who were the research samples. The sampling technique used in this study is non-probability sampling with one of the methods being the accidental sampling method. The analysis technique in this study consists of instrument testing consisting of validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t-test, F test, and R2 test (Coefficient of Determination).*

*The results of the study show that the validity and reliability test of all proposed statement items is proven to be valid and reliable. The results of the classical assumption test showed that this study was normally distributed, no multicollinearity, no heteroscedasticity, and autocorrelation in the regression model. The results of the t test show.*

***Keywords: Product Quality, Promotion, Service Quality and Customer Satisfaction***

## PENDAHULUAN

Di era Globalisasi saat ini, perkembangan dunia usaha terutama dalam sektor bisnis, mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hal ini disebabkan oleh pola hidup manusia yang semakin proaktif, sehingga tidak mengherankan jika saat ini banyak orang lebih memilih makanan cepat saji. Menikmati makanan cepat saji telah bergeser dari sekedar memenuhi kebutuhan primer menjadi bagian dari gaya hidup. Restoran makanan cepat saji kini menjadi tempat berkumpul yang sangat diminati oleh masyarakat modern. Mcdonald's adalah salah satu restoran cepat saji terkemuka yang menawarkan berbagai pilihan makanandan minuman, menu yang sediakan sangat beragam, mulai dari burger hingga ayam goreng sehingga memanjakan pelanggan dengan banyak pilihan. Namun dengan semakin banyaknya restoran cepat saji yang bermunculan, pesaing di industri ini semakin ketat, kondisi ini memaksa mcdonald's untuk terus meningkatkan kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan yang meraka tawarkan kepada pelanggan. Tujuan dari upaya ini adalah untuk memastikan kepuasan pelanggan yang pada kesempatanya dapat membentuk loyalitas pelanggan terhadap restoran. Dengan meningkatkan pengalaman pelanggan, Mcdonald's berhadap dapat memberikan kontribusi positif bagi keberlangsungan bisnis mereka.

Kepuasan pelanggan merupakan repon pelanggan terhadap suatu produk atau layanan yang sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting untuk bersaing dalam industri kuliner, para pelaku bisnis harus memperhatikan keinginan pelanggan agar terpuaskan seperti menyediakan dan menjual produk berkualitas dengan harga terjangkau promosi yang cukup menarik serta pelayanan yang terbaik denagn seperti itu pelanggan akan merasa puas dan mereka akan datang kembali. Menurut Kotler dan Amstrong (2010:27) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan oprasi, dan perbaikan produk, serta artribut bernilai lainnya. Promosi juga merupakan salah satu penunjang keberhasilan bagi penjual, Menurut Tjjiptono promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali kepada konsumen akan merek dan produk perusahaan.

Memberikan suatu pelayanan terbaik kepada konsumen merupakan tolak ukur utama keberhasilan suatu perusahaan. Ketika sebuah perusahaan mampu menyajikan kualitas pelayanan yang unggul, hal ini akan membuatnya selangkah lebih maju dibanding pesaing. Selain itu kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama dalam mencapai kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta?
- b. Apakah Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta?
- c. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta?

Tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Mengetahui secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakara.
- b. Mengetahui secara empiris pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta.
- c. Mengetahui secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat kepada berbagai pihak, yaitu:

- a. Bagi Universitas Dharma Aub Surakarta  
Diharapkan dapat memberikan acuan kepentingan ilmiah dan referensi perpustakaan Universitas Dharma Aub Surakarta, khususnya di bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.
- b. Bagi Intansi  
Hasil dari penelitian ini akan memberikan informasi kepada perusahaan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen saat membeli produknya. Faktor-faktor sifnifikan dapat digunakan sebagai acuan perusahaan dalam menentukan

strateginya saat menghadapi persaingan yang ketat.

## METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian data kuantitatif yaitu data yang diukur dalam suatu skala angka, termasuk didalamnya ada jumlah populasi, jumlah sampel, hasil kuesioner dengan skala likert dan hasil pengolahan statistik.

### Populasi & Sampel

#### Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Penelitian populasi dilakukan apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta dengan jumlah 100 responden pada Desember 2024

#### Sampel

Menurut Sugiyono (2010), sampel adalah komponen jumlah dan karakteristik populasi. Dalam menentukan data yang akan diteliti, teknik pengambilan sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *puspositive sampling* dengan melakukan penarikan sampel yang didasarkan pada tujuan penelitian dan penarikan sampel bergantung pada pengumpulan data menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Sampel yang digunakan tidak selalu sama dengan yang ditentukan oleh penulis, maka sampel yang mampu menjadi responden yakni, sebagai berikut :

- a. Konsumen yang pernah melakukan pembelian produk mc donald's slamet riyadi
- b. Konsumen yang berminat membeli kembali produk mc donald's slamet riyadi surakarta.

### Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dari kuesioner yang diisi secara langsung oleh individu atau perseorangan.

Kuesioner yang digunakan berisi pernyataan-pernyataan dengan memberikan nilai dari setiap jawaban dengan menggunakan skala likert. Kualitas produk ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) merupakan variabel independen penelitian. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan Konsumen (Y) di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta.

### Teknik Analisis Data

Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis ini. Analisis data ini dioperasikan melalui program SPSS, terdapat beberapa uji dalam analisis data ini, yaitu: Uji Instrumen (Uji validitas dan Uji reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji normalitas, Uji multikolinieritas, Uji heteroskedastisitas, Uji autokorelasi), Uji t, Uji F dan Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

## HASIL PENELITIAN

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Hasil
Y_1	0,683	0,1966	Valid
Y_2	0,697	0,1966	Valid
Y_3	0,613	0,1966	Valid
Y_4	0,529	0,1966	Valid

Tabel hasil uji variabel kepuasan pelanggan

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Hasil
X <sub>1_1</sub>	0,659	0,1966	Valid
X <sub>1_2</sub>	0,591	0,1966	Valid
X <sub>1_3</sub>	0,558	0,1966	Valid
X <sub>1_4</sub>	0,623	0,1966	Valid

Tabel hasil uji variabel kualitas produk

Tabel hasil uji variabel Promosi

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Hasil
X <sub>2_1</sub>	0,585	0,1966	Valid
X <sub>2_2</sub>	0,685	0,1966	Valid
X <sub>2_3</sub>	0,661	0,1966	Valid
X <sub>2_4</sub>	0,554	0,1966	Valid

Tabel hasil uji variabel kualitas pelayanan

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Hasil
X <sub>3_1</sub>	0,692	0,1966	Valid
X <sub>3_2</sub>	0,661	0,1966	Valid
X <sub>3_3</sub>	0,559	0,1966	Valid
X <sub>3_4</sub>	0,596	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan-pernyataan pada setiap variabel independen dan variabel dependen (kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) yaitu valid, karena  $r_{item} > r_{tabel}$ .

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.06 maka pernyataan *reliabel*. Dan sebaliknya, penelitian dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach's* < 0.06

**Tabel hasil uji reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Hasil
Kepuasan Konsumen (Y)	0,810	<i>Cronbach Alpha</i> > 0,60 maka <i>reliabel</i>	Reliabel
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	0,790		Reliabel
Promosi (X <sub>2</sub> )	0,802		Reliabel
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	0,806		Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

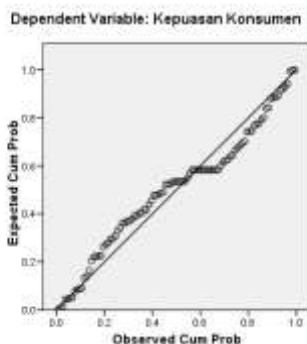
Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas tersebut, dapat dilihat besarnya *Cronbach Alpha* untuk ke empat variabel berada diatas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat pengukur yang digunakan untuk mengukur ke empat variabel tersebut dapat diandalkan atau dengan kata lain reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

**Tabel Hasil Uji Normalitas**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai distribusi normal karena berada disekitar titik 0. Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan grafik *P-P Plot*, model regresi memenuhi normalitas.

## b. Uji Multikolinieritas

**Tabel Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,308	3,250
Promosi	0,583	1,717
Kualitas Pelayanan	0,392	2,552

Berdasarkan dari table diatas maka dapat dikatakan bahwa variabel terbebas dari multikolinieritas karena nilai Variance Inflation factor (VIF) dari nilai Tolerance > 0,10 bahwa dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini terbebas dari multikolinieritas antar variabel independen.

## c. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,031	,840		2,417	,018
	Kualitas Produk	,025	,076	,059	,326	,745
	Promosi	-,060	,051	-,155	-,173	,244
	Kualitas Pelayanan	-,029	,072	-,065	-,402	,689

a. Dependent Variable: Absut

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa Hasil uji heteroskedastisitas tersebut memiliki nilai sig lebih besar dari 0,05 seperti nilai signifikan kualitas produk 0,745, nilai signifikansi promosi 0,244, nilai signifikansi kualitas pelayanan 0,689. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas didalam model penelitian ini.

## d. Uji Autokolerasi

**Tabel Hasil Uji Autikolerasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,821 <sup>a</sup>	,674	,664	1,376	1,932

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Data dari auto kolerasi menggunakan Durbin Watson dengan bantuan SPSS menunjukkan nilai sebesar 1,932. Nilai ini berada diantara -2 sampai +2, maka data tabel diatas tidak mengalami autokolerasi.

## 3. Uji Hipotesis

### a. Regresi Linier Berganda

**Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
(Constant)	0,546	1,209
Kualitas Produk	0,500	0,110
Promosi	0,150	0,075
Kualitas Pelayanan	0,308	0,104

Dari hasil regresi linier berganda diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,546 + 0,500X_1 + 0,150X_2 + 0,308X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat ditarik interpretasi sebagai berikut:

- 1)  $\alpha = 0,546$  artinya apabila kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan konstan, maka kepuasan konsumen di mc donal's slamet riyadi surakarta. Collection) berpengaruh positif.
- 2)  $\beta_1 = 0,500$  artinya apabila kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di mc donald's slamet riyadi surakarta. Apabila kualitas produk ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat, dengan asumsi promosi dan kualitas pelayanan dianggap tetap.
- 3)  $\beta_2 = 0,150$  menunjukkan promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di mc donald's slamet riyadi surakarta. Sehingga apabila promosi ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya konstan.
- 4)  $\beta_3 = 0,308$  menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di mc donald's slamet riyadi surakarta. Sehingga apabila kualitas pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan konsumen meningkat dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya konstan.

## b. Uji t

**Tabel Hasil Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	,546	1,209		,452	,652		
Kualitas Produk	,500	,110	,479	4,558	,000	,308	3,250
Promosi	,150	,074	,155	2,030	,045	,583	1,717
Kualitas Pelayanan	,308	,104	,276	2,967	,004	,392	2,552

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t pada tabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai uji t kualitas produk sebesar 4.558 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti kebenarannya.

2) Nilai Uji t promosi sebesar 2,030 dengan nilai signifikansi  $0,045 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti kebenarannya.

- 3) Nilai uji t kualitas pelayanan sebesar 2,967 dengan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti kebenarannya.

**Tabel Hasil Uji f**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	376,730	3	125,577	66,289	,000 <sup>a</sup>
	Residual	181,860	96	1,894		
	Total	558,590	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil uji secara simulatan diketahui sebesar 66,289 dengan nilai signifikanai  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di mc donald's slamet riyadi surakarta.

## 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>a</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,821 <sup>a</sup>	,674	,664	1,376	1,932

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,664 bahwa kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen 66,4% dan sisanya 33,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Misal: lokasi, harga, citra merek

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen

Hasil uji t pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 4,558 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil Uji Linier berganda didapati hasil yang positif, maka kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di mc donald's slamet riyadi surakarta. Apabila kualitas produk ditingkatkan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen di mc donald's slamet riyadi surakarta

## 2. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan konsumen

Hasil uji t pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen sebesar 2,030 dengan nilai signifikansi  $0,045 < 0,05$ . Hasil dari uji Linier berganda didapati hasil yang positif, maka promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di mc donald's slamet riyadi surakarta. Apabila promosi ditingkatkan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen di mc donald's slamet riyadi surakarta.

## 3. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen

Uji t pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 2,967 dengan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$ . Hasil dari uji linier berganda di dapati hasil yang positif, maka kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di mc donald's slamet riyadi surakarta. Apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan semakin tinggi bkepuasan konsumen di mc donald's slamet riyadi surakarta.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan analisis data mengenai analisis kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Uji regresi linier Berganda
  - a. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen mc donald's slamet riyadi surakarta.
  - b. Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen mc donal's slamet riyadi surakarta.
  - c. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen mc donald's slamet riyadi surakarta.
2. Hasil Uji t
  - a. Berdasarkan hasil uji t diperoleh temuan secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena diperoleh nilai uji t 4,588 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
  - b. Berdasarkan hasil uji t diperoleh temuan secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

karena diperoleh nilai uji t 2,030 dengan nilai signifikansi  $0,045 < 0,05$ .

- c. Berdasarkan hasil uji t diperoleh temuan secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena diperoleh nilai uji t 2,967 dengan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$ .
3. Berdasarkan hasil uji F variabel kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan sevara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen mc donald's slamet riyadi surakarta.
  4. Berdasarkan hasil Koefisien uji determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,664 bahwa kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 66,4% dan sisanya 33,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Misal: Lokasi, harga, citra merek

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, penulis memberikan saran kepada Mc donald's slamet riyadi surakarta dalam meningkatkan kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsume, saran yang direkomendasikan:
  - a. Meningkatkan kualitas produk  
Contohnya: menambahkan menu sup untuk meningkatkan pilihan menu ringan, atau menawarkan produk sup sebagai menu sarapan seperti sup ayam atau sup sayur dengan menambah variasi suo ini mc donald's dapat menarik pelanggan yang lebih beragam dan menciptakan pengalaman baru yang lebih bervariasi.
  - b. Meningkatkan tampilan makanan atau minuman agar lebih menarik. Contohnya: memberikan tampilan yang unik seperti kentang goreng berbentuk waffle, curly memberikan variasi dalam tampilan dan tekstur makanan.
  - c. Membuat kemasan yang lebih menarik. Contohnya: membuat wadah dengan dengan desain tema musiman dalam bentuk yang kreatif gambar karakter animasi yang populer dari film atau serial yang sedang trand seperti kartun disney, sanrio, super mario, dan lain-lain

2. Pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen, saran yang direkomendasikan:
  - a. Melakukan kegiatan promosi penjualan yang lebih bervariasi. contohnya: Paket musiman menyediakan paket musiman untuk musim tertentu seperti “paket spesial ramadhan” dengan harga diskon
  - b. Mc donald’s memberikan diskon atau potongan harga pada hari tertentu. Contohnya: mc donald’s memberikan diskon spesial atau hadiah untuk pelanggan yang merayakan ulangtahun, misalnya pelanggan yang menunjukkan ID saat berulang tahun dapat menikmati diskon 50% atau mendapatkan satu set menu gratis dari mc donald’s.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, saran yang direkomendasikan:
  - a. Meningkatkan ketepatan dalam melayani. Dengan cara penggunaan sistem pemesanan di meja melalui aplikasi mc donald’s menggunakan QR order memungkinkan pelanggan untuk memesan makanan dan minuman secara mandiri tanpa harus antri dikasir dengan cara memindai kode QR yang dipasang dimeja akan dapat meningkatkan ketepatan dan mempercepat pelayanan dalam melayani.
  - b. Meningkatkan keramahan dalam melayani, dengan selalu memberikan 3S (senyum, sapa, salam) dalam melayani konsumen dengan begitu konsumen akan merasa nyaman.
  - c. Melakukan interaksi dan komunikasi secara aktif dengan konsumen, seperti menanyakan konsumen atau membantu konsumen yang tidak bisa menggunakan SOK (*self ordering kiosk*) adalah layanan yang memungkinkan konsumen bisa langsung memesan menu sendiri lewat mesin modern dan langsung bisa membayar di mesin tersebut menggunakan kartu kredit, debit atau uang tunai dikasir, karena ada beberapa orang yang sudah lanjut usia tidak bisa menggunakan SOK.