

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

**PROPOSAL SKRIPSI**

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



**Diajukan Oleh :**

**Nama : Anggela Dea Nabela**

**NIM : 2021515094**

**PRODI : Manajemen**

**UNIVERSITAS DHARMA ADI UNGGUL BHIRAWA**

**(UNDHA AUB)**

**SURAKARTA**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL

Nama : Anggela Dea Nabela  
NIM : 2021515094  
Jurusan/Progdi : SI 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 SI Manajemen



Denny Mahendra, SE, MM

NIDN.0606077904

Pembimbing



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

NIDN.0624078402

## A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, perkembangan usaha bisnis tumbuh sangat pesat hal ini dikarenakan pola hidup manusia yang proaktif sehingga tidak heran lagi apabila manusia jaman sekarang lebih menyukai makanan cepat saji (*Fast Food*). Menikmati makanan cepat saji saat ini bukan lagi sekedar untuk memenuhi kebutuhan primer tapi sudah menjadi bagian dari hidup dimana restaurant makanan cepat saji menjadi tempat kumpul yang sangat diminati oleh masyarakat jaman sekarang.

McDonald merupakan salah satu restaurant makanan *fast food* yang menawarkan berbagai makanan cepat saji. Makanan dan minuman yang ditawarkan sangat bervariasi *burger, fried chicken*, dan sebagainya sehingga memanjakan pelanggan dengan pilihan menu yang disediakan. Namun semakin banyak restoran cepat saji yang bermunculan membuat pesaing semakin ketat. Kondisi ini menuntut pihak McDonald's untuk senantiasa meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini bertujuan agar pelanggan merasa puas dan memberikan kontribusi yang positif bagi pihak restoran, salah satu dampak kepuasan pelanggan adalah terbentuk loyalitas pelanggan bagi restoran.

(Umami et al., 2019) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap suatu produk atau layanan yang sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Irawan (2021) kepuasan pelanggan merupakan sebuah perasaan pelanggan merupakan sebuah perasaan pelanggan sebagai respon

terhadap produk barang dan jasa yang telah dikonsumsi. Indikator kepuasan pelanggan yaitu : kualitas produk harga dan kualitas pelayanan.

Menurut ( Zaithmal dan bitner 2003) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut; (1) kualitas pelayanan, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan layanan dan jasa yang baik, dan sesuai dengan yang diharapkan (2) kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan yang diharapkan; (3). Harga, yaitu harga terasa lebih murah produk memberikan nilai sama bahkan lebih tinggi di banding produk pesaing (4) faktor situasi yaitu keadaan kondisi yang dialami oleh pelanggan yaitu karakteristik pelanggan meliputi umur dan siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Dalam penelitian ini penulis hanya fokus pada perubahan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga pada kepuasan konsumen. Dengan pertimbangan faktor-faktor tersebut adalah faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh Perusahaan.

Memberikan suatu pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Keberhasilan dalam memberikan kualitas pelayanan membuat perusahaan menjadi selangkah lebih maju dibanding pesaingnya. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama dalam memberikan kepuasan pada konsumen. Menurut koltler & Armstrong (2016) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan dikonsumsi guna memenuhi keinginankebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subjektif

dari produsen atas suatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen.

Menurut Alvin Mariansyah, 2020 bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di depot madiun masakan khas bu rudy, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang berbeda yang diperoleh dari hasil penelitian Novi wahyu worodiyanti, 2016 bahwa variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Elladerma skin care malang. Menurut Annisa fiaziah, 2018 bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran cepat saji Kfc Basuki rahmat Surabaya, Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran cepat saji Kfc basuki rahmat Surabaya. Hasil yang berbeda pada penelitian Candra lauwren, 2020 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di McDonald's artha gading jakarta utara. Menurut Muhamad nur kholis, 2023 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen penggunaan shope. Menurut Adhimaz franky sam putra, 2021 bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan konsumen, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mcdonald's Slamet Riyadi Surakarta.

Jadi berdasarkan research gap diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk sesuai hasil penelitian yang relevan dari Candra Lauwren (2020), Novi Wahyu Worodiyanti (2016), Nadila Alya (2023), Muhamad Nur Kholis (2023), Adhimaz Franky Sam Putra (2021) yang menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan hasil penelitian dari Alvin Mariansyah (2020), Annisa Fiaziah (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel harga dan kualitas pelayanan sesuai dengan hasil penelitian Alvin Mariansyah (2020), Annisa Fiaziah (2018), Candra Lauwren (2020), Novi Wahyu Worodiyanti (2016), Nadila Alya (2023), Muhamad Nur Kholis (2023), Adhimaz Franky Sam Putra (2021) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di McDonald's Slamet Riyadi Surakarta dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MC DONALD'S SLAMET RIYADI SURAKARTA”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta?
2. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta?

## **C. Tujuan dan manfaat penelitian**

### 1. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

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

### 2. Manfaat penelitian

- 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 keputusan pembelian konsumen dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

b) Bagi instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi McDonald's Slamet Riyadi Surakarta, khususnya di bidang pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

## **D. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **1. Kepuasan Konsumen**

#### **a. Pengertian Kepuasan konsumen**

Kepuasan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik.

Menurut (Kholis & Colia, 2023) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan terhadap kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Menurut Danang Sunyoto (2013:35) definisi kepuasan konsumen/pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsumen bisa memahami salah satu dari tingkatan kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tapi kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa puas senang atau sangat gembira.

b. Faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001: 158), dalam menentukan kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

1) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5) Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

c. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2008) ada 4 indikator yaitu :

1) Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanan)

Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

2) Selalu membeli produk

Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

3) Akan merekomendasikan kepada orang lain

Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

## **2. Kualitas produk**

a. Pengertian kualitas produk

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar produknya dapat bersaing di pasar. Menurut (Harga & Kepuasan, 2022) kualitas produk (*product quality*) adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Arinawati (2021:164) menyatakan bahwa kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun implisit. Moko (2021:121) menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik yang melekat atau membedakan derajat atau tingkatan keunggulan dari suatu produk.

Gunawan (2022:20) menyatakan bahwa “kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan tersebut diantaranya keawetan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian serta atribut bernilainya”. Meutie (2020:6) menyatakan bahwa “kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut dengan tujuan barang diproduksi”.

b. Faktor yang mempengaruhi kualitas produk

Mullins dan Walker Jr (Harga & Kepuasan, 2022) menyebutkan delapan dimensi dari *produkquality/quality of product* (kualitas produk) yaitu:

- 1) *Performance* (kinerja), seberapa baik sebuah produk dalam menjalankan fungsi utamanya
- 2) *Durability* (daya tahan), seberapa tahan/awet sebuah produk
- 3) *Conformance with specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), bagaimana kesesuaian produk dengan yang dimaksud konsumen
- 4) *Features* (fitur), fasilitas tambahan yang terdapat dalam sebuah produk
- 5) *Reliability* (kehandalan), kehandalan dalam memberikan kualitas produk
- 6) *Serviceability* (kemudahan perbaikan), kemudahan sebuah produk untuk diperbaiki

7) *Fit and finish* (cocok dan sudah selesai), apakah sebuah produk sudah sesuai dan mencerminkan sebuah produk yang berkualitas

8) *Brand name* (nama merek), apakah nama merek tersebut menunjukkan nama dari produk yang berkualitas, dan bagaimana *image* nya di mata konsumen

c. Indikator kualitas produk

Penelitian ini menggunakan indikator kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2010:229)

a. Penampilan : menciptakan kesan terhadap suatu makanan, contoh warna, porsi dan desain. Kesegaran suatu makanan paling sering tampak dari penampilan atau makanan itu sendiri.

b. Selera : atribut penting dari suatu makanan yang merupakan campuran dari rasa, bau, sensasi yang ditimbulkan oleh bahan makanan.

c. Rasa : sensasi yang diterima saat makanan berada dimulut. Rasa yang meliputi manis, asin, asam, dan pahit

d. Tekstur : bagian-bagian dari makanan itu sendiri yang menunjukkan sebuah struktur, misalnya tekstur dari sebuah roti atau tekstur dari daging, saus barbeque dan krim yang lembut dan lain-lain.

### **3. Harga**

a. Pengertian harga

Harga adalah faktor utama yang dapat mempengaruhi seseorang pembeli dalam menentukan pilihan, sebelum menetapkan harga sebaiknya perusahaan menganalisis beberapa referensi pada harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan. Karena harga cukup berperan untuk menentukan pembelian pada konsumen. Menurut Kotler dan Keller harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga juga menentukan salah satu elemen paling dapat dikatakan fleksibel dari bauran pemasaran. Menurut Zeithaml *et.al*, persepsi harga menjadi sebuah penilaian konsumen tentang perbandingan besarnya pengorbanan dengan apa yang akan didapatkan dari produk dan jasa. (Amstrong (2008:345) Harga adalah sejumlah uang yang dibagikan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang dikeluarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari milik atau menggunakan suatu produk atau jasa

Penetapan harga pun menjadi semakin sensitif dimana penentuan harga akan langsung berpengaruh terhadap persepsi konsumen dan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Harga mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi laba perusahaan, untuk itulah perusahaan tidak boleh salah dalam menetapkan harga untuk suatu produk atau jasa. Untuk itulah perusahaan harus memahami strategi penetapan harga.

Dari paparan para ahli di atas, dapat di tarik kesimpulan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen

untuk mendapatkan produk atau jasa yang mereka inginkan. Dan harga yang ditawarkan oleh produsen ialah gambaran dari kualitas yang diberikan oleh produsen kepada konsumen.

b. Indikator harga

Indikator yang mencirikan harga menurut Kotler yaitu:

1. Keterjangkauan harga

Yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.

3. Daya saing harga

Yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada suatu jenis produk yang sama.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

**4. Kualitas pelayanan**

a. Pengertian kualitas pelayanan

Kotler dan Keller menyatakan kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Brown menyatakan kualitas pelayanan adalah masalah mengetahui pelanggan Anda, merancang layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, dan akhirnya mengelola produksi layanan dan proses pengiriman untuk kepuasan pelanggan.

b. Indikator kualitas pelayanan

Tjiptono mengemukakan bahwa terdapat empat indikator untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yaitu:

- 1) Kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dalam melakukan pelayanan.
- 2) Kemampuan dan keramahan para petugas dalam memberikan pelayanan.
- 3) Daya tanggap dan kecekatan petugas dalam melayani setiap pengunjung
- 4) Perhatian petugas dalam menanggapi permintaan dan keluhan dari pengunjung

## **E. Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya akan memberikan gambaran tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Berikut adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya:

### **Tabel 1**

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Alat Analisa	Hasil Penelitian
1.	Alvin Mariansyah (2020)	Pengaruh Harga, Kualitas pelayanan dan Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen depot madiun masakan khas bu rudy	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen
2.	Annisa fiaziah, niken purwidiani (2018)	Pengaruh Kualitas produk, harga dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran Cepat saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen
3.	Candra Lauwren (2020)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran Mc donald's Arta Gading Jakarta Utara	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen
4.	Novi wahyu worodiyanti, MK Maspiyah (2016)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen di Elladerma skin care Malang	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen.
5.	Nadila alya, Yanuar Varadian (2023)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan
6.	Muhamad Nur Kholis (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap

		Konsumen penggunaan Shope		Kepuasan Konsumen
7.	Adhimaz Franky Sam Putra (2021)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

**Table 2**  
**Research Gep**

No	Judul	Variabel	Pengaruh			
			Signifikan		Tidak Signifikan	
			(+)	(-)	(+)	(-)
1.	Pengaruh Harga, Kualitas pelayanan dan Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen depot madiun masakan khas bu rudy	Harga (X1) Kualitas Produk(X2) Kualitas Pelayanan (X3)	✓  ✓		✓	
2.	Pengaruh Kualitas produk, harga dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen retoran Cepat saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya	Harga (X1) Kualitas Produk (X2) Kualitas Pelayanan (X3)	✓  ✓		✓	
3.	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan	Harga (X1) Kualitas Produk (X2)	✓ ✓			

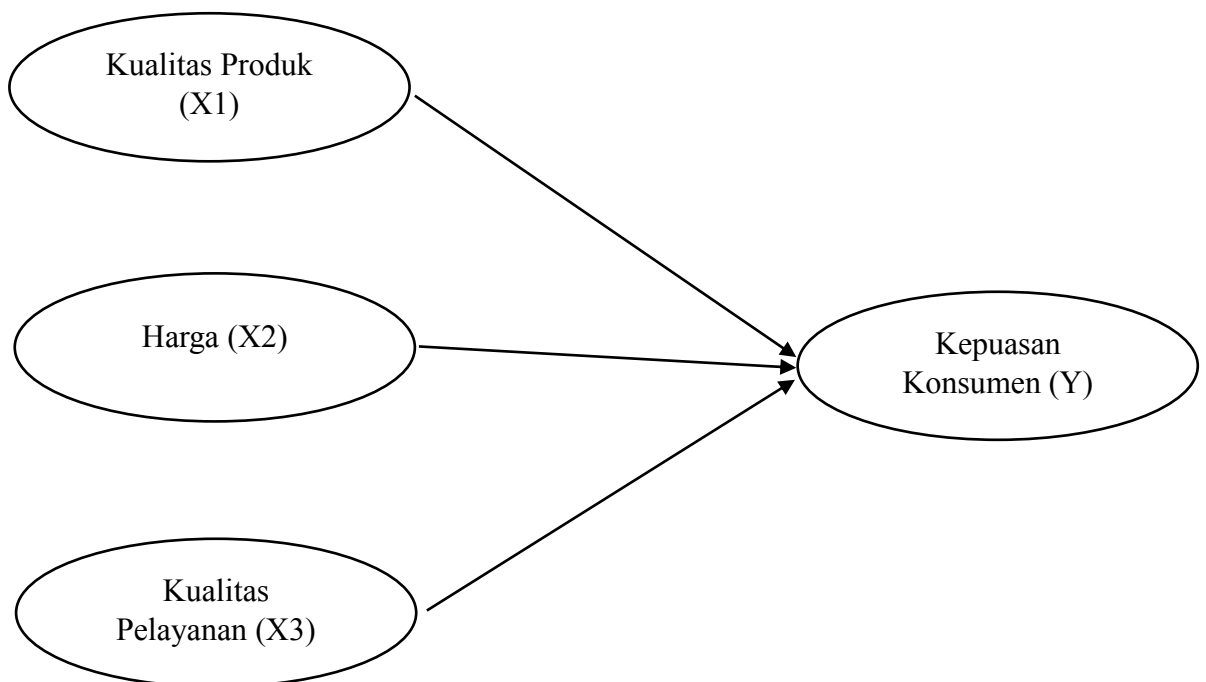
	konsumen pada restoran Mc Donald's Arta Gading Jakarta Utara	Kualitas Pelayanan (X3)	✓			
4.	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen di Elladerma skin care Malang	Harga (X1) Kualitas Produk (X2) Kualitas Pelayanan (X3)	✓ ✓ ✓			
5.	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan	Harga (X1) Kualitas Produk (X2) Kualitas Pelayanan (X3)	✓ ✓ ✓			
6.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen penggunaan Shope	Harga (X1) Kualitas Produk (X2) Kualitas Pelayanan (X3)	✓ ✓ ✓			
7.	Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta	Kualitas Produk (X1) Harga (X2) Kualitas Pelayanan (X3)	✓ ✓ ✓			

## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir merupakan gambaran tentang konsep bagaimana suatu variabel lainya atau suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalanya sebuah penelitian. Keputusan pembelian merupakan keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Kerangka pemikiran teroris pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

**Gambar 1**

**Kerangka Pemikiran**



*Sumber : (Putri et al., 2021)*

## **G. Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan sementara atas masalah yang akan diteliti. Dikatakan sementara karena jawaban yang akan diberikan baru didasarkan pada teori, Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H<sub>1</sub>: Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta.

H<sub>2</sub>: Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta.

H<sub>3</sub>: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta.

## **H. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi dan Obyek Penelitian**

Lokasi penelitian ini di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta yang berada Jl. Slamet Riyadi No.112, Keprabon banjarsari kota Surakarta  
Sedangkan Obyek penelitian ini adalah konsumen di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta

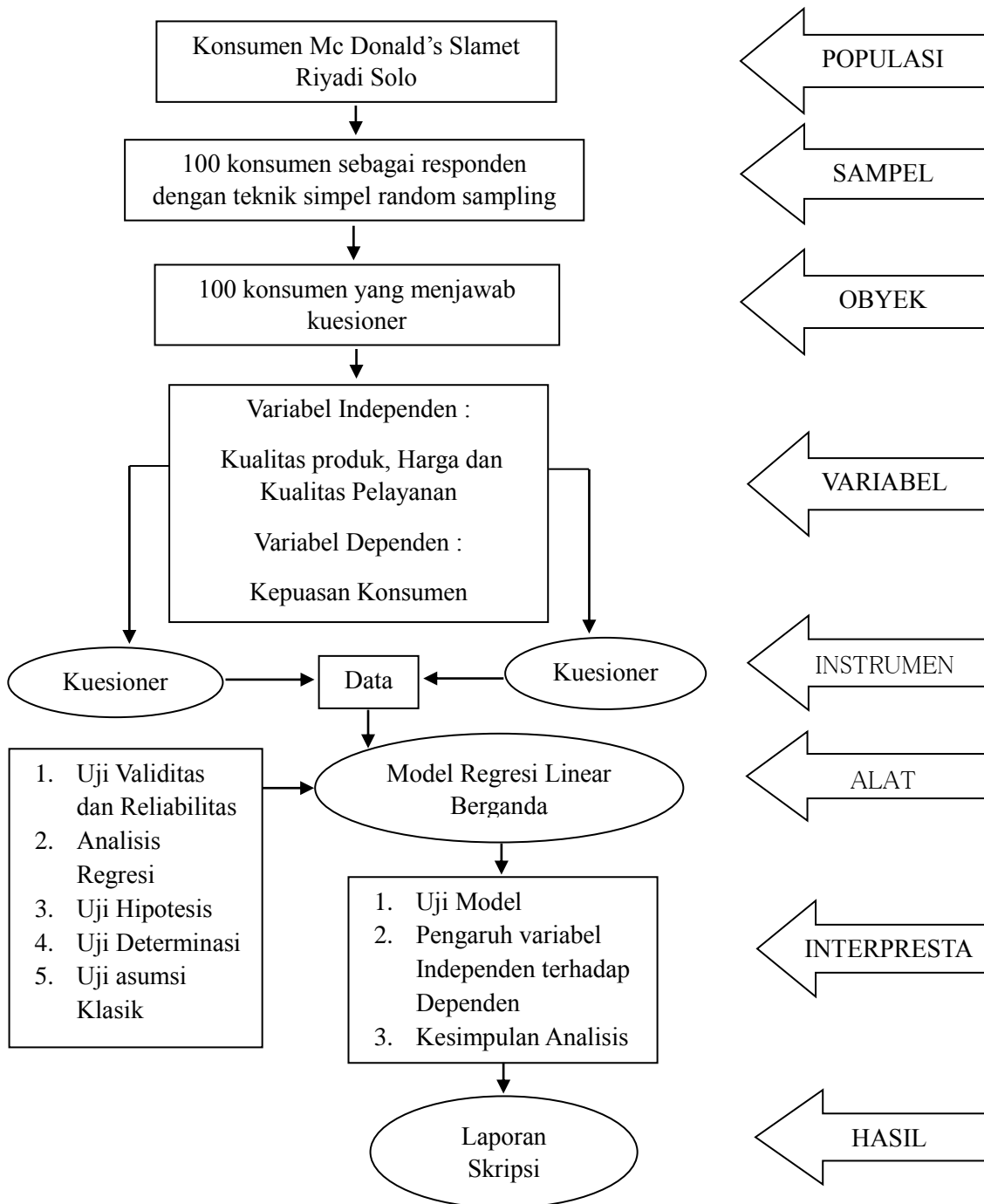
### **2. Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah sebuah rancangan bagaimana suatu penelitian akan dilakukan. Rancangan tersebut digunakan untuk mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang dirumuskan (Ali Maksum, 2012:95). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan angket berupa pertanyaan tertulis yang diberikan

kepada responden untuk diisi dengan keadaan yang sebenarnya. Desain penelitian sebagai berikut:

1. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris menguji hipotesis tentang pengaruh antar variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Kosumen di MC Donald's Slamet Riyadi Solo.
2. Data atau informasi yang dibutuhkan di dapat dari kuesioner yang disebar kepada responden. Sampel yang digunakan memenuhi jumlah kaidah penelitian. Dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 100 responden.
3. Data diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan berbagai asumsi maupun proses pengujian yang berlaku.
4. Hasil penelitian diinterpretasikan dan diimplikasikan untuk menjawab masalah, tujuan dan kegunaan penelitian.

**Gambar 2**  
**Desain Penelitian**



### 3. Variable dan Definisi Oprasional Variabel

#### a. Variable Penelitian

Menurut Sudjana (2009) variabel penelitian yaitu suatu atribut atau sifat dan nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu:

##### 1) Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sudjana (2009), variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang dapat memengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel bebas (independen) adalah:

- a. Kualitas Produk ( $X_1$ )
- b. Harga ( $X_2$ )
- c. Kualitas Pelayanan ( $X_3$ )

##### 2) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dapat dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah Kepuasan Konsumen (Y).

b. Definisi Oprasional

No	Variabel	Indikator	Skala	Sumber
1.	<b>Kepuasan Konsumen</b> adalah perasaan senang atau kecewa konsumen setelah membeli produk di Mc Donald. Yang diukur dengan menggunakan indikator.	a. Perasaan puas b. Transaksi Ulang c. Kesediaan rekomendasi pada orang lain d. Terpenuhinya harapan	Likert	Angket
2.	<b>Kualitas Produk</b> merupakan kemampuan produk Mc Donald untuk melakukan fungsi - fungsinya. Yang dapat diukur dengan menggunakan indikator. Fustita Dewi ( 2021 )	a. Penampilan b. Rasa c. Variasi Produk d. Daya Tahan	Likert	Angket
3.	<b>Harga</b> merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk Mc Donald. Yang dapat diukur menggunakan indikato. Fustita Dewi ( 2021 )	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Kesesuaian harga dengan porsi d. Daya saing harga	Likert	Angket
4.	<b>Kualitas Pelayanan</b> adalah kegiatan atau manfaat yang diberikan karyawan Mc Donald pada konsumen, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat	a. Kecepatan pelayanan b. Ketepatan c. Keramahan d. Kerapian karyawan	Likert	Angket

	kepemilikan. Yang dapat diukur dengan menggunakan indikator. Nurul (2019)			
--	---	--	--	--

#### 4. Populasi dan Sampel

##### a. 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 atau pembeli di Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta

##### b. Sampel

Menurut Sudjana (2009), sampel adalah bagian dari jumlah sampel dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel tersebut sesuai dengan prosedur yang sudah ditentukan untuk mencapai tujuan serta masalah dalam penelitian yang telah dikembangkan. Jumlah sampel yaitu jumlah elemen yang akan dimasukkan dalam sampel. Adapun teknik pengambilan sampel 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 :

1. Konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta
2. Konsumen yang berminat untuk membeli kembali produk Mc Donald's Slamet Riyadi Surakarta

Dikarenakan jumlah pada populasi belum diketahui, maka perhitungan yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel minimal adalah dengan perhitungan Hair et al (2017) jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator dan ukuran sampel yang sesuai 100, maka dari itu dalam penelitian ini, jumlah indikator penelitian sebanyak 16 kali jumlah indikator atau sebanyak  $5 \times 16 = 80$  dan sampel maksimum adalah  $10 \times 16 = 160$  responden.

## **5. Jenis dan Sumber Data**

Data adalah sekumpulan bahan-bahan informasi yang masih mentah yang biasanya berwujud, fakta-fakta, angka, atau simbol yang menerangkan tentang objek penelitian dan kemudian diolah menjadi informasi yang utuh (Istijanto, 2005:35). Data tersebut terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder:

### **1) Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung atau pertama kali dari sumber utama. Data diperoleh dari jawaban atas pertanyaan dalam kuesioner yang diajukan kepada responden.

## 2) Data Sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung, data ini berupa keterangan maupun literatur yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari jurnal ilmiah, konsentrasi mata kuliah serta media informasi yang valid.

## 6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan kuesioner. Bentuk kuesioner berupa daftar pernyataan yang diberikan kepada para responden dengan tujuan penyebaran ialah mencari informasi yang lengkap dengan kuesioner yang telah disediakan dengan memberikan tanda silang (X) atau tanda *checklist* (✓) dimana jawaban responden dengan mendasarkan skala likert berjenjang dimana jawaban responden dengan bobot nilai sebagai berikut:

SS (Sangat Setuju)	: Nilainya 5
S (Setuju)	: Nilainya 4
N (Netral)	: Nilainya 3
TS (Tidak Setuju)	: Nilainya 2
STS (Sangat Tidak Setuju)	: Nilainya 1

## 7. Metode Analisis Data

### a. Uji Instrumen Penelitian

#### 1) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan

pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur.

Uji Validitas dapat dilakukan dengan menggunakan hasil perbandingan nilai *pearson correlation* dengan *r* table. Dapat dikatakan valid apabila nilai *pearson correlation* lebih besar dari *r* table.

## 2) Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabel menunjukkan pada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik.

Apabila koefisien yang dihasilkan dari uji reliabilitas yaitu *r* hitung lebih besar dari *r* tabel ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ), maka data tersebut dapat diandalkan. Kriteria suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *alpha* lebih besar dari 0,60. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$ .

## b. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas Data

Menurut Astuti (2015), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat melalui grafik.

Apabila titik-titik telah mengikuti garis lurus, maka dapat dikatakan residual telah mengikuti distribusi normal. Dari grafik normal P-P plot diketahui titik-titiknya hampir mengikuti garis lurus. Dari sini bisa diambil kesimpulan sementara bahwa residual telah mengikuti distribusi normal.

## 2) Uji Multikolinieritas

Menurut Sunjoyo (2013), uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolinearitas bertujuan menemukan ada tidaknya korelasi antar variabel bebas pada model regresi.

Ghozali (2013) mengungkapkan bahwa model yang sudah terlihat baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel. Pengujian terhadap multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis matriks korelasi atau dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan tidak adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10,00$ .

### 3) Uji Heteroskedestisitas

Analisis regresi bertujuan melihat secara besar peranan variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini dapat dideteksi dengan menggunakan uji *Glejser* yang meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen yang digunakan dalam suatu model regresi.

Apabila p value > 0,05 maka lolos uji heterokendastisitas, sebaliknya apabila nilai p value <0,05 maka tidak lolos heterokendastisitas (Ghozali 2001:81). Model yang baik adalah model yang mempunyai asumsi homoskedastisitasnya terpenuhi.

### 4) Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji adanya korelasi antara faktor gangguan yang masuk dalam model regresi. Autokorelasi dapat dilakukan dengan run test. Apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka terjadi autokorelasi dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya autokorelasi. (Ghozali, 2005:54)

## c. Pengujian Hipotesis

### 1) Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui hubungan antara variable dependent (Y) dengan variable independent. Rumus linier berganda yang dipergunakan adalah sebagai berikut (Supranto, 2011:57).

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

X3 = Kualitas Pelayanan

b0 = Konstanta

b1 = Koefisien regresi variabel X1

b2 = Koefisien regresi variabel X2

b3 = Koefisien regresi variabel X3

## 2) Uji t

Menurut Ghozali (2013), pembuktian dalam uji hipotesis dilakukan dari hasil uji parsial dengan menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh Independent Variable terhadap Dependent Variable secara parsial. Dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  atau tingkat kesalahan.

## 3) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh Independent Variabel terhadap Dependent Variabel secara Bersama-sama. Dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikan lebih kecil dari  $\alpha$  atau Tingkat kesalahan.

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

Menurut Ghozali (2013), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Nilai yang mendekati satu dari variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Penggunaan koefisien determinasi memiliki kelemahan yaitu bisa terhadap jumlah variabel independen. Maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu banyak peneliti menggunakan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* saat mengevaluasi model regresi terbaik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Heriputranto, L., Studi Manajemen, P., & Ekonomi Universitas Kristen Immanuel, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Kepuasan Konsumen. *MediaOnline* |, 1(2), 2622–612.
- Fiazisyah, A., & Purwidiani, 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.
- Harga, P., & Kepuasan, T. (2022). 1, 2, 3. 3, 275–285.
- Indah, A. K. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Hyundai creta di Jakarta. *Journal of Indonesia Marketing Association*, 1(2), 74–88. <https://journal-ima.org>
- Kholis, M. N., & Colia, R. S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna shopee. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(2), 109–123. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *JIBM: Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146. [www.investor.iddi](http://www.investor.iddi)
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Journal GEEJ*, 7(2).
- Produk, P. K., Layanan, D. A. N. K., Keluarga, P. K., Teknik, F., & Surabaya, U. N. (2016). *TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ELLADERMA SKIN CARE MALANG* Novi Wahyu Worodiyanti S1 Pendidikan Tata Rias , Fakultas Teknik , Universitas Negeri Surabaya Dr . Maspiyah , M . Kes **PENDAHULUAN**

*Perkembangan masyarakat serta aktivitas masyarakat yang tinggi teru. 05, 23–28.*

Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 290–299. <https://doi.org/10.58217/jocep.v15i1.226>

Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *891 Jurnal EMBA*, 7(1), 891–900.

Umami, R., Rizal, A., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v15i2.630>

Байтелесов, С. А., Кунгуров, Ф. Р., Таджибаев, Д. П., Рахимов, Э. Т., & Аликулов,. <https://doi.org/10.7868/s0207352813080064>

## KUESIONER

### A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan
4. Pekerjaan :

### B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Kuesioner ini terdiri atas kolom pernyataan dan kolom jawaban dengan lima pilihan jawaban yaitu :
  - a. Sangat setuju (SS) : Nilai 5
  - b. Setuju (S) : Nilai 4
  - c. Netral (N) : Nilai 3
  - d. Tidak Setuju : Nilai 2
  - e. Sangat Tidak Setuju : Nilai 1
2. Pilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan persepsi, perasaan dan pengalaman anda dengan memberi tanda (√) pada kolom yang sesuai.
3. Isilah sesuai nomer dalam kuesioner ini dan mohon jangan ada yang terlewat.

### C. Daftar Kuisisioner

#### 1. Variabel kepuasan Konsumen

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa puas makan di Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta.					
2.	Saya akan kembali lagi ke Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta.					
3.	Saya akan merekomendasikan pada orang lain untuk membeli di Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta					
4.	Harapan saya terpenuhi setelah makan di Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta.					

#### 2. Variabel Kualitas Produk

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk yang ditawarkan di Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta sangat bervariasi					
2	Makanan dan minuman yang ditawarkan oleh MC Donald Slamet Riyadi Surakarta memiliki tampilan yang menarik.					
3	Produk yang ditawarkan oleh Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta tidak mudah basi					
4	Makanan dan minuman di Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta memiliki rasa yang enak.					

### 3. Variabel Harga

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga yang ditawarkan oleh Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta mampu bersaing dengan perusahaan lain.					
2	Harga yang ditawarkan oleh Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta sesuai dengan kualitas produk.					
3	Saya membeli di Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta karena harganya terjangkau.					
4	Harga yang ditawarkan oleh Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta sesuai dengan porsinya.					

### 4. Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta yang selalu tepat dalam melayani konsumen.					
2.	Karyawan Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta selalu ramah dalam melayani konsumen.					
3.	Karyawan Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta yang selalu cepat dalam melayani konsumen.					
4.	Karyawan Mc Donald Slamet Riyadi Surakarta selalu berpakaian rapi dan bersih sesuai standard yang ditentukan.					