

Analisa Kualitas Layanan Pada Restoran Cepat Saji McDonald's Dago

Irine Veronika Meilani¹, Shella Prasetyo², Dina Kamila³, Dewi Purnamasari⁴

¹Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012
Email: meilaniveronikairine@gmail.com

²Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012
Email: shellaprasetyo@yahoo.com

³Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012
Email: dindinakamila@gmail.com

⁴Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012
Email: dpurnamasari8@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan bisnis makanan yang semakin ketat saat ini mengakibatkan perusahaan makanan untuk selalu meningkatkan kualitas makanan dan layanannya. McDonald's merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dan produk yang menjual makanan cepat saji. Makanan cepat saji banyak diminati berbagai kalangan karna kemudahan untuk mendapatkannya. Tujuan penelitian ini adalah pertama, untuk mengetahui pengaruh *technical quality* dan *functional quality* terhadap kepuasan konsumen, kedua, untuk mengetahui apakah ada perbedaan terhadap variabel *technical quality* dan *functional quality* dari sudut pandang *gender* dan mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen McDonald's Dago. Kuesioner didistribusikan kepada mahasiswa Polban dengan menggunakan *purposive sampling technique*. Sebanyak 142 data diperoleh dan digunakan dalam penelitian ini. Regresi berganda dan t-test digunakan untuk menjawab hipotesa penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *technical quality* dan *functional quality* memiliki pengaruh yang *significant* terhadap kepuasan konsumen McDonald's Dago. Untuk itu pengelola McDonald's Dago dapat meningkatkan kinerja layanannya dengan meningkatkan *technical quality* dan *functional quality* karena hal ini akan meningkatkan kepuasan konsumen

Kata kunci

Technical Quality, Technical Functional, kepuasan konsumen

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis makanan yang semakin ketat saat ini mengakibatkan perusahaan yang bergerak pada usaha penyediaan makanan untuk terus meningkatkan kualitas makanan dan layanannya. Peningkatan kualitas makanan dan layanan ini dilakukan agar perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya dan terus bertahan dalam persaingan. Makan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang harus dipenuhi karena merupakan *basic needs*. Tempat makan semakin banyak yang menawarkan fasilitas dengan layanan terbaik, baik itu tempat makan biasa maupun tempat makan cepat saji. Saat ini, masyarakat Indonesia mulai tertarik dan menyukai makanan cepat saji, hal ini ditandai dengan perkembangan yang terus meningkat pada bisnis makanan cepat saji dari tahun ke tahun [1] serta pergerakan yang cepat dari masyarakat akan segala sesuatu yang praktis dan didukung dengan padatnya aktivitas keluarga di luar rumah sehingga tidak memiliki waktu untuk membuat dan menyiapkan makanan di rumah [2]. Restoran cepat saji ini menawarkan berbagai strategi yang unik dan menarik minat konsumen untuk melakukan konsumsi terhadap produknya tersebut.

Kualitas layanan yang baik menghasilkan kepuasan konsumen. Konsumen yang puas dapat mempengaruhi

konsumen baru untuk mencoba produk melalui *positive word-of-mouth*. Kualitas pelayanan yang maksimal pada suatu tempat makan cepat saji merupakan hal yang penting untuk diperhatikan agar menciptakan kepuasan konsumen dan tetap bertahan di tengah persaingan yang kuat. Jika kualitas suatu pelayanan buruk maka akan berdampak pada kekecewaan konsumen. Hal tersebut mengakibatkan pelanggan yang merasa kurang puas akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya [3]. Sedangkan konsumen yang puas bercerita hanya kepada 5 orang. Untuk itu pengelola bisnis perlu selalu menjaga agar konsumen tetap puas.

Salah satu restoran cepat saji yang cukup banyak konsumennya di Indonesia adalah McDonald's yang menawarkan berbagai jenis makanan cepat saji. McDonald's sudah hadir diberbagai negara di dunia dan mampu mengubah gaya hidup masyarakat global, terutama anak muda. Meskipun McDonald's sudah mendunia, namun dari sudut pandang konsumen masih memiliki kekurangan dari segi kualitas jasa yang disampaikan kepada konsumen dan belum sepenuhnya memperhatikan apa yang diinginkan konsumen untuk mendapatkan kepuasan. Terutama layanan yang berkaitan dengan apa (*what*) yang disajikan dan bagaimana (*how*) menyajikannya. Kedua hal ini berkaitan dengan kualitas teknis dan kualitas fungsional (*technical quality* dan *functional quality*). Oleh karena itu, perlu studi lebih lanjut tentang kepuasan konsumen dengan

menggunakan variabel *technical quality* dan *fungsiional quality*.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan utama yang dibahas pada latar belakang dapat diketahui bahwa adanya indikasi kuat *technical quality* dan *fungsiional quality* yang dilakukan oleh McDonald's masih belum optimal dilakukan. Oleh karena itu, melihat keadaan ini memotivasi peneliti untuk melakukan sebuah penelitian, dari sisi *technical quality* dan *fungsiional quality* yang digunakan McDonald's untuk mengetahui bagian yang masih kurang memuaskan konsumen. Dari kedua sisi itulah diperlukan peningkatan agar McDonald's mampu meningkatkan pelayanan yang diberikannya serta kepuasan konsumen. Namun hingga saat ini masih sedikit studi yang membahas peningkatan kepuasan konsumen McDonald dengan menggunakan *technical quality* dan *fungsiional quality*.

1.3 Tujuan Penelitian

Studi ini bertujuan untuk lebih memahami bagaimana *technical quality* dan *functional quality* dapat digunakan oleh McDonald untuk meningkatkan kepuasan konsumennya. Oleh karena itu, tujuan yang ingin dicapai melalui studi ini adalah:

1. Mengukur pengaruh *technical quality* terhadap kepuasan konsumen McDonald's Dago.
2. Mengukur pengaruh *fungsiional quality* terhadap kepuasan konsumen McDonald's Dago.
3. Mengukur pengaruh *technical quality* dan *fungsiional quality* secara simultan terhadap kepuasan konsumen McDonald's Dago.
4. Mengetahui apakah terdapat perbedaan *technical quality* dan *functional quality* yang diberikan McDonald's Dago kepada konsumennya.
5. Mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen McDonald's Dago.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Jasa

Kualitas memberikan dukungan bagi pelanggan agar terus berhubungan kuat dengan perusahaan. Kualitas jasa merupakan pengukuran untuk mengetahui sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan [4]. Produk yang kualitas diberikan kepada konsumen agar dapat memenuhi ekspektasi mereka terhadap produk yang disediakan dan menciptakan nilai bagi konsumen serta menghasilkan keuntungan bagi perusahaan [5]. Pentingnya kualitas jasa merupakan faktor utama untuk memenangkan persaingan yang tidak perlu diragukan lagi [6]. Untuk itu kualitas jasa harus lebih diperhatikan agar produk perusahaan selalu dikonsumsi konsumen dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan sehingga perusahaan terus berkembang.

Kualitas suatu jasa yang dipersepsikan pelanggan terdiri dari dua dimensi utama [7], yaitu :

1. *Technical quality* yang berkaitan dengan pelayanan yang bersifat teknis. Misalkan McDonald's menggunakan sistem komputerisasi pada *drive thru* yang membantu pelanggan agar lebih mudah untuk membawa pulang makanan tanpa turun dari kendaraannya. *Technical quality* dinyatakan sebagai kunci bagi penyedia jasa [8]. Sedangkan *technical quality* juga berkaitan dengan apa yang diterima oleh konsumen [9].

Functional quality berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa. Contohnya kontak dengan pelanggan, sikap, penampilan dan rasa melayani, dan menunjukkan rasa empati.[8] menegaskan bahwa *functional quality* memiliki hubungan kuat dengan interaksi antara pemberi jasa dan pelanggan dan dinilai sangat subjektif.

2.2 Kepuasan konsumen

Suatu bisnis untuk dapat bertahan dalam waktu jangka panjang perlu memperhatikan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan yang dirasakan konsumen terhadap suatu produk yang menghasilkan perasaan senang atau perasaan kecewa dikarenakan kesan yang diberikan oleh produk tersebut [10]. Kepuasan konsumen harus diperhatikan oleh suatu perusahaan jika ingin produknya tetap laku dipasaran. Kepuasan konsumen dijadikan suatu indikator esensial dari kinerja yang diberikan oleh perusahaan pada masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang [11]. Pengalaman konsumen di masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang akan membentuk suatu persepsi. Persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima konsumen setelah melakukan konsumsi terhadap produk yang dibeli menjadi pengaruh dalam menentukan kepuasan konsumen [12].

2.3 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung riset ini, peneliti mengidentifikasi studi yang pernah dilakukan pada beberapa artikel yang sudah dipublikasikan.

Istiqomah [13] melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Teknis, Kualitas Fungsional Dan Citra Intansi Terhadap Kepuasan Satuan Kerja Pengguna Jasa Seksi" pengelolaan kekayaan Jambi. Dengan menggunakan 534 responden satuan kerja, di liat dari hasil regresi menemukan bahwa sebesar 35,5% kepuasan konsumen dipengaruhi *technical quality*, *functional quality* dan citra perusahaan memberikan pengaruh positif. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *technical quality* dan *functional quality* memberikan pengaruh terhadap kepuasan.

Jules [14] melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Teknik dan Kualitas Fungsional Terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasi Corporate Sosial Reponbility Konsumen pada STIE-MAIJI". Penelitian ini menggunakan regresi yang menunjukkan bahwa *technical*

quality dan *functional quality* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 7,9%. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *technical quality* dan *functional quality* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan walaupun tidak terlalu signifikan.

Kartawan, dan Sumarna [15] melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Teknik, Kualitas Fungsional dan Aktivitas Pemasaran Tradisional Terhadap Citra Perusahaan PT. Telkom Kantor Daerah Tasikmalaya”. Tujuan studi mereka untuk mengukur pengaruh dari *technical quality*, *functional quality* dan aktivitas pemasaran tradisional terhadap citra perusahaan. Dengan menggunakan 100 responden didapat hasil regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 47,9% *technical quality*, *functional quality* dan aktivitas pemasaran tradisional berpengaruh positif terhadap citra perusahaan. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *technical quality* dan *functional quality* memberikan pengaruh hampir setengah dari 100% terhadap kepuasan.

Berdasarkan hasil studi yang telah dilakukan dari beberapa peneliti, yang secara garis besar melakukan penelitian mengenai *technical quality* dan *functional quality* mendapatkan kesamaan dari hasil studi mereka. Oleh karena itu, dari ketiga contoh artikel yang telah ditemukan memiliki pengaruh yang positif dari kedua variabel terhadap kepuasan konsumen maka kedua variabel tersebut akan digunakan sebagai basis untuk pengukuran kepuasan konsumen di McDonald's.

3. METODE PENELITIAN

Bagian ini memiliki tujuan untuk mendiskusikan metode yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini bersifat deskriptif karena memiliki desain penelitian secara terstruktur [16].

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari hasil survey dalam bentuk kuisioner yang kami bagikan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tingkat keandalan (*reliability*) dan keabsahan (*validity*) setinggi mungkin [16]. Kami menggunakan uji realibilitas dan validitas pada penelitian ini. Realibilitas adalah keakuratan pengukuran dan validitas untuk mengukur suatu konsep adalah benar benar dapat mengukur konsep tersebut [17]. Untuk data sekunder yaitu data mengenai fenomena tertentu sebagai bahan informasi [18] didapatkan dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian kami.

Pengumpulan data dilakukan dengan *pusposive sampling technique*. Teknik *sampling* adalah suatu proses pemilihan sejumlah atau sebagian dari populasi yang digunakan untuk membuat kesimpulan tentang sesuatu dari populasi [17]. Populasi yang kami pilih adalah mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. Untuk tujuan penelitian ini, dengan menggunakan teknik Maholtra [19], yaitu kami memperoleh 142 responden.

Regresi berganda digunakan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen [16]. Adapun hipotesa penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 = Variabel *technical quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H2 = Variabel *functional quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

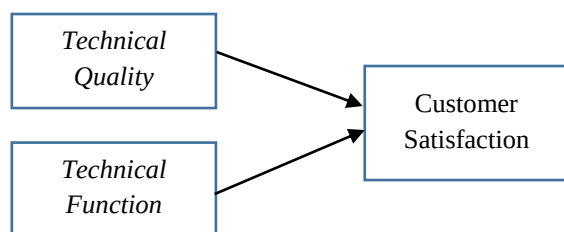
T-test dalam riset ini digunakan untuk mengetahui perbedaan antar dua kelompok [18]. Hipotesis t-test adalah sebagai berikut:

H1 = Tidak ada perbedaan antara perempuan dan laki laki terhadap variabel *technical quality* dan variabel *functional quality*.

H2 = Terdapat perbedaan antara perempuan dan laki laki terhadap variabel *technical quality* dan variabel *functional quality*.

Model Penelitian

Bagan 1. Model Penelitian



Bagan 1 memperlihatkan keterkaitan antar variabel yang diteliti, yaitu bahwa *technical quality* dan *technical function* mempengaruhi kepuasan konsumen.

4. ANALISIS DATA

Analisis data digunakan untuk mempermudah seseorang maupun orang lain dalam melakukan analisis melalui sistem pencarian tertentu dan data yang diperoleh akan terintegrasi baik dengan cara mengelompokkan data ke dalam bagian kelompok yang berbeda, memaparkan menjadi bagian-bagian kecil, membentuk kepaduan, menentukan arah pola, serta menetapkan bagian yang diperlukan untuk dipelajari [20]. Hasil dari data yang didapat akan di analisis dengan tujuan untuk mengetahui besar pengaruh dari setiap variabel yang terdapat dalam penelitian ini sesuai data demografi responden pada kuisioner yang telah ditentukan.

Tabel 1. Data Demografi Responden

Kategori		Frekuensi	%
Gender	Laki-Laki	51 mahasiswa	35.9
	Perempuan	91 mahasiswa	64.1
Usia	<19 tahun	10 mahasiswa	7.0
	19-20 tahun	65 mahasiswa	45.8
	20 tahun>	67 mahasiswa	47.2
Tingkat	1	14 mahasiswa	9.9
	2	27 mahasiswa	19.0
	3	89 mahasiswa	62.7
	4	12 mahasiswa	8.5
Frek. mengunjungi McD perbulan	<2 kali	91 mahasiswa	64.1
	2-4 kali	42 mahasiswa	29.6
	5-7 kali	3 mahasiswa	2.1
	7-10 kali	2 mahasiswa	1.4
	10 kali>	4 mahasiswa	2.8

Hasil data yang ditemukan menunjukkan jenis kelamin perempuan lebih mendominasi daripada laki-laki dengan perbandingan 35.9% dan 64.1%. Penyebaran kuisioner dilakukan pada usia kurang dari 19 tahun sebanyak 10 mahasiswa, 19 sampai 20 tahun sebanyak 65 mahasiswa, dan lebih dari 20 tahun sebanyak 67 mahasiswa dengan tingkat yang berbeda tingkat satu sampai dengan tingkat empat. Peneliti juga menemukan hasil frekuensi mengunjungi McD perbulan yang bervariasi dengan intensitas kurang dari 2 kali kunjungan sebesar 64.1%, 2 sampai 4 kali kunjungan sebesar 29.6%, 5 sampai 7 kali kunjungan sebesar 2.1%, 7 sampai 10 kali sebesar 1.4%, dan beberapa orang bahkan melakukan kunjungan lebih dari 10 kali sebesar 2.8%.

Kualitas adalah usaha konsumen dalam memenuhi kepuasan dan kebutuhan dengan memperhatikan kesesuaian produk [21]. Dalam pelaksanaannya kualitas dibagi menjadi kualitas teknik dan fungsional. Kualitas apa yang dapat dirasakan dan dinilai langsung oleh konsumen diartikan sebagai kualitas teknik [22], sedangkan kualitas yang berhubungan dengan bagaimana cara penyedia layanan memberikan layanan yang dapat menentukan penilaian seseorang terhadap kualitas layanan yang diberikan disebut dengan kualitas fungsional [23]. Berdasarkan tabel 2-4 akan diketahui besar pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

Sebelum melakukan uji regresi dan t-test, peneliti melakukan uji reabilitas pada hasil penyebaran kuisioner dan ditemukan jika keseluruhan variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Keseluruhan variabel dibandingkan

dengan Cronbach's Alpha yang mempunyai nilai *cut-off value* lebih dari 0.6 sehingga uji validitas dapat dilakukan. Berdasarkan 24 item pertanyaan yang diujikan validitasnya, menunjukkan hasil bahwa terdapat 2 item pertanyaan yang berada dibawah nilai *cut-off value* yang disarankan sebesar 0.4 pada variabel *functional quality*, sehingga 22 item pertanyaan lainnya berada diatas 0,4 sehingga dianggap valid. Sedangkan pertanyaan pada indikator *Accessibility*¹ dan *Internal Relation*¹ dikeluarkan. Kemudian dapat dilanjutkan dengan pengujian selanjutnya menggunakan uji regresi berganda.

4.1. Hasil Analisis Besar Pengaruh Variabel Kualitas Teknis dan Kualitas Fungsional Terhadap Variabel Kepuasan McDonald's

Tabel 2. Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficient (B)	Sig	Collinearity Statistic	
Constant	-0.532	1.822	Tolerance	VIF
Technical Quality	0.357	0.000	0.667	1.500
Functional Quality	0.348	0.000	0.667	1.500
Adjusted R ²	0.448			
F-statistics	58.108			

Berdasarkan tabel 2 diketahui *Collinearity Statistic* dengan tolerance 0.667>0.1(*cut-off value*) dan VIF 1.500<10(*cut-off value*) yang memiliki interpretasi bahwa tidak terjadi multikoleniaritas dalam model regresi pada penelitian ini yang berarti tidak ada pengaruh diantara kedua variabel independen technical quality dan functional quality. Hal ini berarti bahwa regresi berganda dapat dilanjutkan.

Tabel tersebut juga menunjukkan nilai F sebesar 58.108 dengan tingkat signifikansi dari masing-masing variabel sebesar 0.000<0.05(*cut-off value*) yang berarti model yang digunakan sudah fit dengan data empiris. Hal itu berarti pada umumnya kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh technical quality dan functional quality dari suatu layanan jasa.

Dari hasil uji regresi berganda diketahui nilai $\beta=0.348$ untuk variabel functional quality yang berarti 34.8% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh functional quality dari sebuah layanan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sagala, Sintani [24] yang menunjukkan bahwa functional quality dari suatu layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Namun, tidak selamanya kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh technical quality sebuah penyedia layanan jasa karena berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Handayani [25] menunjukkan bahwa technical quality tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Kesimpulannya, kepuasan pelanggan pada umumnya bisa saja dipengaruhi oleh technical quality secara signifikan namun tidak selamanya seperti itu karena terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terutama dalam layanan jasa. Lebih jauh, jika dihubungkan dengan indikator-indikator variabel kualitas fungsional, hasil ini menunjukkan perusahaan McDonald's untuk memperhatikan kesalahan yang mungkin terjadi ketika memberikan layanan (*delivery*) ke konsumen dan pegawai harus lebih bertanggung jawab terhadap tugasnya. Hubungan internal perusahaan juga harus dijalin dengan baik, serta lokasi yang strategis sangat menentukan kepuasan konsumen.

Sama halnya dengan variabel functional quality yang menunjukkan nilai $\beta=0.357$ yang berarti 35,7% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh functional quality. Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sagala, Sintani [24] yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan suatu layanan jasa dipengaruhi secara signifikan oleh functional quality

Jika dilihat pengaruh kedua independen variabel didapat bahwa pengaruh kualitas teknik terhadap kepuasan sebesar 0.357 atau 35.7% dari konsumen McDonald's sesuai demografi responden yang di ujikan. Hasil ini lebih besar dibandingkan variabel kualitas fungsional, sehingga dengan melihat indikator-indikator variabel kualitas teknis diperlukannya perhatian lebih terhadap sistem computer saat menyampaikan layanan maupun produk. Pengetahuan pegawai terhadap melek teknologi pun perlu ditingkatkan dengan mesin yang mendukung kualitas layanan pada pekerjaan mereka.

Pada Tabel 2 nilai *adjusted R²* diketahui sebesar 0.448 sehingga dapat disimpulkan 44.8% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kedua variabel independen dan sisanya 55.2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian yang tidak diujikan peneliti. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kedua independen variabel pada penelitian ini –technical quality dan functional quality- berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan [13][14][15].

4.2. Analisis Perbedaan Gender Terhadap Technical Quality dan Functional Quality

Tabel 3. rata-rata gender terhadap kualitas teknik dan kualitas fungsional

Mean	
Laki-laki	Perempuan
20.2974	20.5403
33.5549	34.0879

Hasil data Tabel 3 mengidentifikasi tidak terdapatnya perbedaan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan nilai rata-rata (*mean*) respon konsumen terhadap kualitas teknik sebesar 20.2974 pada laki-laki dan 20.5403

pada perempuan, sedangkan kualitas fungsional menunjukkan rata-rata respon perempuan sebesar 34.0879 dan laki-laki sebesar 33.5549.

Tabel 4. T-test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	Sig. (2-tailed)
Technical quality	equal variances assumed	0.589	0.444	-0.628	0.531
Functional quality	equal variances assumed	0.628	0.429	-0.769	0.443

Berdasarkan Tabel 4 juga didapatkan data kualitas teknik pada nilai *F-test* sebesar 0.589 dengan tingkat signifikansi 0.444 atau diatas dari *cut-off value* yang ditetapkan. Kualitas fungsional menunjukkan nilai varian yang hampir serupa dengan kualitas teknik dengan nilai *F-test* 0.628 dan tingkat signifikansi sebesar 0.429 sehingga dari pengujian yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan hasil menunjukkan varian tidak berbeda pada kedua variabel yang diujikan.

Selanjutnya uji-t dilakukan dengan hasil kedua variabel menggunakan *equal variance assumed*. Hasil dari kualitas teknik pada uji-t sebesar -0.628 dengan signifikansi 0.531 dan kualitas fungsional nilai t sebesar -0.769 dengan signifikansi 0.444 atau kedua signifikansi lebih besar dari *cut-off value*. Kesimpulannya H_0 diterima dan tidak ada bukti nyata gender pada kualitas teknik dan kualitas fungsional tidak berbeda. McDonald's tidak harus mengkhawatirkan adanya perbedaan gender ketika memberikan layanan dari sisi kualitas teknik dan kualitas fungsional dalam tujuannya mencapai kepuasan konsumen, meskipun dengan rata-rata setiap variabel cenderung lebih besar pada perempuan.

5. KESIMPULAN

Walaupun telah banyak literatur yang menjelaskan mengenai kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen, namun tidak banyak studi yang menekankan terhadap technical dan functional quality dari suatu layanan jasa –dalam hal ini restoran cepat saji- yang diberikan penyedia layanan jasa terhadap kepuasan konsumen. Maka, penelitian ini mencoba menekankan technical quality dan functional quality suatu restoran cepat saji dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap variabel independen memberikan pengaruh yang hampir seimbang

terhadap variabel independen. Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa kepuasan konsumen suatu layanan jasa setidaknya akan dipengaruhi oleh indikator-indikator dalam technical quality maupun indikator-indikator yang terdapat dalam functional quality [14]. Sehingga, masing-masing variabel akan memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa kepuasan konsumen suatu layanan dipengaruhi hampir setengahnya oleh technical dan functional quality yang diberikan [13][14] studi ini pun mengkonfirmasi bahwa kedua variabel kualitas teknik dan kualitas fungsional secara bersama-sama memberikan pengaruh hampir setengah dari kepuasan konsumen yang telah membeli produk dan merasakan kualitas layanan yang ditawarkan oleh McDonald's. Sehingga, functional quality dan technical quality dari suatu layanan restoran cepat saji mempengaruhi secara simultan terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan model penelitian yang telah dijelaskan.

Penelitian ini pun mengemukakan bahwa tidak ada perbedaan gender saat memberikan layanan kepada konsumen dalam tujuannya untuk mencapai kepuasan konsumen. Sehingga, baik functional quality maupun technical quality yang diberikan kepada konsumen tidak dipengaruhi oleh perbedaan gender dari penyedia layanan jasa.

6. SARAN

Penelitian ini penting untuk diteliti lebih komprehensif karena ditemukan bahwa ternyata technical quality memberikan pengaruh dengan proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan functional quality. Sehingga dengan mengetahui dan memahami variabel mana yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka dalam kaitannya dengan penelitian ini pihak manajemen restoran cepat saji dapat meningkatkan hal-hal apa saja yang perlu mendapatkan perhatian khusus untuk mencapai kepuasan konsumen. Selain itu, manager dapat menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen dan lebih jauh agar dapat bersaing dengan restoran cepat saji lainnya.

Usaha untuk meningkatkan kualitas teknik pada perusahaan makanan cepat saji (McDonald's) dapat dilakukan dengan peningkatan pengetahuan pegawai terhadap sistem komputerisasi, penggunaan mesin produksi, penggunaan mesin pembayaran modern, maupun peningkatan dalam menentukan solusi pada masalah teknik yang dihadapi. Peningkatan kualitas fungsional dengan cara menentukan akses menuju lokasi McDonald's dengan tepat, menunjukkan perilaku yang menghormati konsumen, bersikap ramah, pemberian layanan yang cepat tepat dengan penampilan yang nyaman dipandang konsumen perlu dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen McDonald's. Ditemukan tidak adanya perbedaan atau adanya kesamaan antara konsumen laki-laki dan perempuan

juga menjadi nilai positif bagi McDonald's dalam memperbaiki dan meningkatkan kepuasan konsumen lebih cepat.

Dalam usaha perbaikan kepuasan konsumen McDonald's diharapkan dapat mempertahankan kualitas layanan yang telah berjalan dengan baik. Terutama mengenai kualitas teknik pada pengetahuan sistem komputerisasi dan fungsional pada perilaku ketika melayani konsumen. Sehingga keseluruhan dapat terintegrasi yang menciptakan kepuasan kearah positif antara pihak konsumen dan pihak McDonald's.

Walaupun penelitian ini dapat mengkonfirmasi beberapa penemuan terdahulu dan bahkan dapat memberikan pemahaman baru, namun studi ini masih memiliki kekurangan. Pertama, studi ini hanya ditunjukkan kepada mayoritas remaja sebagai responden, sehingga hal ini menyebabkan penemuan ini tidak bisa menjustifikasi untuk demografi responden yang lebih luas. Kedua, masih sedikitnya literature yang tersedia dalam penelitian-penelitian terdahulu sehingga penyajian bukti-bukti empiric dalam penelitian ini masih berada dalam skala minimum. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya harus mampu memberikan gambaran yang lebih nyata dengan penekanan technical quality dan functional quality dari suatu layanan jasa untuk mengetahui kualitas layanan dalam kaitannya terhadap kepuasan konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang telah membantu kami dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis mengucapkan terimakasih juga kepada kedua orang tua penulis yang selalu mendukung dalam penyelesaian penelitian ini. Penulis pun mengucapkan terimakasih kepada Bapak Lusianus Kusdibyo selaku dosen mata kuliah Pemasaran Jasa yang selalu memotivasi dan membimbing penulis hingga terselesaikannya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sukandar, A. (2007). Direktori Franchise Indonesia (Edisi Ketiga). Jakarta: Asosiasi Franchise Indonesia (AFI).
- [2] Mufidah, Nur Lialatu. (2012) . Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan. Jurnal Unair BioKultur.(Vol. 1 No. 2 Juli- Desember 2012)
- [3] Lupiyoadi R & A. Hamdani. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Salemba Empat
- [4] Mahanani, Sonya. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat). Semarang: Universitas Diponegoro.
- [5] Bebo, Charlene Pleger. (2000). Service Intangibility And Its Impact On Consumer Expectations Of Service Quality. The Journal of Services Marketing, Vol. 14 No. 1. p. 9-26.

- [6] Wirtz, Jochen. Doreen Kum and Khai Sheang Lee. 2000. Should A Firm With A Reputation For Outstanding Service Quality Offer A Service Guarantee?. The Journal of Services Marketing, Vol. 14 No. 6. p. 502-512.
- [7] Fandy, Tjiptono. (2011). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia.
- [8] Sharma. Neeru and Paul G. Patterson. 1999. The Impact Of Communication Effectiveness And Service Quality On Relationship Commitment In Consumer, Professional Services. The Journal of Services Marketing. Vol. 13 No.2.p. 151-170.
- [9] Parasuraman, et al (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research. Journal of Marketing. Vol.49.
- [10] Kotler, Philip, (2002). Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- [11] Oliver, R.L. (1999). Whence Consumer Loyalty. Journal of Marketing. Vol. 63. pp.33-44.
- [12] Tjiptono, Fandy. (1999). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Cetakan Ketiga.
- [13] Istiqomah Handayani (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Teknis, Kualitas Fungsional dan Citra Instansi terhadap Kepuasan Satuan Kerja Pengguna Jasa Seksi Pengelolaan Kekayaan Jambi. Jurnal Dinamika Manajemen. Vol. 1 no.1 Januari-April 2013.
- [14] Jules Reimith Yan Lefran Mokodompit (2009). Pengaruh Kualitas Teknik dan Kualitas Fungsional Terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasi Corporate Social Responsibility Konsumen pada STIE-MAJI. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- [15] Kartawan, Toto Sugiharto and Sumarna. (2003). Pengaruh Kualitas Teknik, Kualitas Fungsional dan Aktivitas Pemasaran Tradisional Terhadap Citra Perusahaan PT. Telkom Kantor Daerah Tasikmalaya. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Nomor 2 Jilid 8.
- [16] Rangkti, F. (200). Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [17] Suhartanto, D. (2016). Analisa Data Untuk Riset Bisnis. Bandung: Politeknik Negeri Bandung.
- [18] Sugiana, A. G. (2003). Metode Riset Bisnis dan Manajemen. Bandung: Guadaya Intimarta.
- [19] Suhartanto, D. (2014). Metode Riset Pemasaran. Bandung: Alfabeta.
- [20] Malhotra, N.K. (2004). Marketing Research: An Applied Orientation. 4th Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- [21] Sugiyono, A. G. (2011). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- [22] Juran. Joseph M. (1993). *Quality Planning and Analysis*. Third edition. New York: McGraw-Hill. p32.
- [23] Gronroos, C. (1990). Service Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition. Massachusetts: Lexington.
- [24] Sagala, O., L. Sintani, and R. Sambung. Analisis pengaruh kualitas teknis dan kualitas fungsional terhadap kepuasan pasien (Studi pada RSUD Kuala Kurun). Jurnal Sains Manajemen, 2014. Vol.3 No.2: p. pp. 59-73.
- [25] Handayani, I., Analisis Pengaruh Kualitas Teknis, Kualitas Fungsional dan Citra Instansi terhadap Kepuasan Satuan Kerja Pengguna Jasa Seksi Pengelolaan Kekayaan Negara (KPKNL) Jambi. Jurnal Dinamika Manajemen, 2013. Vol.1 No.1: p. pp.30-47.

