

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KFC JEMBER

Merry Christy Angelina , Pudjo Suharso , Sutrisno Djaja

Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Jember (UNEJ)

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah : a) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di KFC Jember; b) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di KFC Jember; dan c) Untuk mengetahui variabel apa yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di KFC Jember. Indikator dalam penelitian ini adalah kesesuaian, fitur produk, estetika, kualitas yang dirasakan, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, pembelian ulang, dan merekomendasikan dari mulut ke mulut. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian ditentukan dengan menggunakan metode purposive yang dilaksanakan di KFC Jember di jalan Gajah Mada No. 74. Penentuan responden penelitian menggunakan accidental sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket, dokumentasi, dan wawancara. Analisis data yang digunakan yaitu analisis inferensial (analisis regresi linier berganda, analisis varians garis regresi, koefisien determinasi berganda, koefisien determinan parsial, uji F, uji t, dan standart error estimate). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di KFC Jember sebesar 83,1%. Kualitas produk memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen di KFC Jember sebesar 55,7036%.

Kata Kunci : Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen

Abstract

The purpose of this research are : a) To define the influence of the product's quality toward the customer's satisfaction in the KFC Jember. b) To find out the influence of service quality toward the customer's satisfaction in the KFC Jember, and c) To detect the statistical variable which is mostly influence toward the customer's satisfaction in the KFC Jember. The indication of this research are the compatibility, product's feature, aesthetics, quality's sensation, reliability, perceptive, assurance, emphaty, physical evidence, repurchase and mouth to mouth recommendation. The type of this research is the quantitative research. Research location is fixed by using purposive method that is held in KFC Jember at 74th Gajahmada street. Research respondent is fixed by using accidental sampling. Data accumulation technique for this research is collected by sample, documentation and interview. The data analysis of this research is inferential analysis (the doubled linear regression analysis, the variants linear regression analysis, the doubled coefficient determination, partially coefficient determinant, the F experiment, the T experiment ,and standard error estimate). The research result shows that the product and the service quality are influenced toward the customer's satisfaction in KFC Jember in the amount of 83,1 %. The product's quality is the dominant factor which influences the customer's satisfaction in KFC Jember in the amount of 55,7036 %.

Keywords: product quality, services quality

PENDAHULUAN

Kemajuan perekonomian di era globalisasi ini, mendorong pertumbuhan minat konsumen dalam berbagai hal termasuk kuliner. Banyaknya pilihan kuliner yang bermunculan tidak lepas dari

selera masyarakat yang beragam. Salah satu kuliner yang cepat diterima masyarakat dan sangat digemari saat ini yaitu dalam bentuk kuliner cepat saji atau yang dikenal dengan istilah *fast food*.

Tingkat persaingan dibidang kuliner cepat saji saat ini di kota Jember semakin ketat, karena setiap produsen senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Pada dasarnya dengan semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya, sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam memilih produk yang diluncurkan dipasaran. Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, maka produsen dituntut untuk lebih berinovasi terhadap produk-produknya dan meningkatkan pelayanannya, sehingga konsumen merasa puas.

Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler (2002:67) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Produk yang merupakan kebutuhan pokok seperti makanan dan minuman, konsumen mempertimbangkan kualitasnya karena kebutuhan ini berhubungan dengan kesehatan konsumen, maka kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Apabila kualitas produk ditingkatkan, maka perilaku konsumen untuk melakukan pembelian juga akan meningkat serta dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Yazid, 2008:53).

Konsumen datang ke suatu restoran yang mereka cari bukan hanya makanan dan minuman saja tetapi juga pelayanan yang memuaskan. Pelayanan tidak hanya dilihat dari ketanggapan pelayan dalam melayani konsumen, tetapi juga dapat dilihat dari segi ruangan yang nyaman dan bersih, area parkir yang luas dan aman, serta tersedianya fasilitas-fasilitas yang menunjang kebutuhan konsumen.

Kualitas pelayanan bagi produsen merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik guna mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Lupiyoadi (2001:194) secara garis besar terdapat beberapa peranan dari pelayanan antara lain: (a) Menciptakan perhatian calon pembeli, (b) Menggugah minat calon pembeli, (c) Menanamkan keyakinan calon pembeli, dan (d) Memperlakukan calon pembeli adalah raja yang harus dihormati, dilayani, dan dipuaskan.

Bentuk-bentuk pelayanan yang ditawarkan oleh para produsen saat ini bertujuan untuk menjawab berbagai bentuk persaingan usaha guna mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Endar (dalam Tjiptono, 2007:198) menyatakan bahwa sesungguhnya yang dibeli oleh konsumen itu bukan hanya produk melainkan juga pelayanan.

Kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan peranan sangat penting bagi perusahaan. Engel, et al (1990)

dalam Tjiptono (2007:24) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan produk dan 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.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive* yaitu KFC Jember di jalan Gajah Mada No. 74. Penentuan responden penelitian menggunakan *accidental sampling*. Data dikumpulkan menggunakan: (a) metode angket adalah pengumpulan data dengan memberi atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di KFC Jember, (b) metode dokumentasi adalah pengumpulan data tambahan yang diperlukan meliputi sejarah berdirinya KFC Jember, kapan berdirinya KFC Jember, dan foto fasilitas-fasilitas yang ada di KFC Jember, (c) metode wawancara dilakukan kepada konsumen KFC Jember. Sebelumnya angket diuji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas

sebelum disebarkan pada responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial (analisis regresi linier berganda, analisis varians garis regresi, koefisien determinasi berganda, koefisien determinan parsial, uji F, uji t, dan *standart error estimate*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian validitas, diketahui bahwa semua pengujian terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen menunjukkan bahwa seluruh data yang diperoleh adalah valid. Hal tersebut memenuhi persyaratan nilai signifikan $< 0,05$ dengan demikian semua butir pertanyaan dalam kuisioner tersebut dapat digunakan dan dipercaya untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen atau angket dari masing-masing variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y) terbukti reliabel dimana $>$ angka kritis reliabel. Data skor yang dihasilkan dapat digunakan untuk proses analisis regresi dan uji statistik selanjutnya.

Hasil Analisis Garis Regresi Linier Berganda

Variabel Penelitian	Label	Koefisien Regresi
A	Konstanta	-9,215
X_1	Kualitas Produk	0,530
X_2	Kualitas Pelayanan	0,295
Rsquare = 0,831		
Multiple R = 0,911 ^a		

Variabel Penelitian	Label	Koefisien Regresi
	F rasio	= 115,274

Berdasarkan hasil analisis garis regresi linier berganda, maka persamaan garis regresi linier berganda yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -9,215 + 0,530X_1 + 0,295X_2 + e_i$$

Sesuai dengan persamaan regresi yang diperoleh, maka model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta = -9,215. Nilai konstanta menunjukkan nilai negatif sebesar -9,215. Hal ini menunjukkan apabila kualitas produk, kualitas pelayanan, dan e_i nilainya konstan (nol), maka kepuasan konsumen (Y) sebesar -9,215.
2. Nilai koefisien $b_1 = 0,530$, berarti bahwa apabila nilai kualitas produk (X_1) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,530 point.
3. Nilai koefisien $b_2 = 0,295$, berarti bahwa apabila nilai variabel kualitas pelayanan (X_2) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka kepuasan konsumen (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,295 point.

Hasil Rekapitulasi Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel	R
Pengaruh Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	0,911

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,911 berarti bahwa kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) memiliki hubungan yang nyata dengan kepuasan konsumen (Y). tingkat hubungan tersebut dapat dikategorikan sebagai hubungan yang sangat kuat.

Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R^2)
 $R_{square} \times 100\% = 0,831 \times 100\% = 83,1\%$

Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di KFC Kabupaten Jember sebesar 83,1%. sedangkan sisanya yaitu 16,9% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti, seperti harga, lokasi, promosi, dan lain-lain.

Vb Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial

No	Variabel	Nilai Determinasi
1.	Kualitas Produk (X_1)	0,887
2.	Kualitas Pelayanan (X_2)	0,821

Untuk melihat persentase besarnya pengaruh yang diberikan oleh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat maka dapat dilakukan dengan mengalikan nilai beta dengan nilai zero order sehingga dari hasil analisa dapat diperoleh :

1. Persentase pengaruh dari X_1 terhadap Y sebesar: zero order x beta x 100% = 0,887 x 0,628 x 100% = 55,7036%

2. Persentase pengaruh dari X_2 terhadap Y sebesar: zero order x beta x 100% = 0,821 x 0,334 x 100% = 27,4214%

Total pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas yaitu sebesar: 55,7036% + 27,4214% = 83,125% sama dengan R square atau pengaruh secara simultan yaitu sebesar 83,1%. Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka variabel bebas yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) yaitu kualitas produk (X_1) sebesar 55,7036%.

Hasil Uji F

Variabel	F _{hitung}	F _{tabel}	α	Sig. F
X terhadap Y	115,274	3,195	0,05	,000

Berdasarkan hasil analisis uji F di atas, diketahui bahwa besarnya $F_{hitung} = 115,274 > F_{tabel} = 3,195$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasana konsumen. Berdasarkan data

tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu ‘ada pengaruh yang signifikan dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di KFC Jember’.

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Zero order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-9,22	1,84		-5	,000					
Kualitas Produk	0,53	0,08	0,63	6,6	,000	,887	,693	,396	,398	2,514
Kualitas Pelayanan	0,3	0,08	0,33	3,51	,001	0,82	0,46	0,21	,398	2,51

Berdasarkan hasil analisis uji t diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas produk (X_1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,595 > 2,009), berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya adalah variabel kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
2. Pemberian kualitas pelayanan (X_2) $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,507 > 2,009), berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya adalah kualitas pelayanan (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Hasil pengolahan data bagian model Summary menunjukkan bahwa nilai Standart Error Of

Estimate dalam analisis garis regresi linier berganda sebesar 0,34544. Hal tersebut menunjukkan bahwa variasi nilai Y aktual dari garis regresinya adalah sebesar 0,34544. Besarnya Standart Error Of Estimate sebesar 0,34544 menunjukkan besarnya penyimpangan variabel kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap garis regresinya.

Hal ini berarti bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan saja, namun juga dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pada dasarnya, kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya kualitas produk dan kualitas pelayanannya. Keduanya sangat penting untuk diperhatikan oleh manager KFC Jember supaya konsumen merasa puas telah melakukan pembelian di KFC Jember.

Adapun bentuk dari kualitas produk yang diberikan oleh KFC Jember adalah: kesesuaian, fitur produk, estetika, dan kualitas yang dirasakan. Pada KFC Jember keempat indikator ini telah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan dari KFC pusat, sehingga konsumen merasa puas dengan produk KFC baik itu produk makanan maupun minumannya.

KFC tidak menggunakan bahan-bahan sembarangan, melainkan bahan yg sudah disediakan oleh pusat, jadi bahan baku KFC selalu

dalam keadaan bersih. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan salah satu konsumen pada KFC Jember yang menjadi responden dalam penelitian ini.

“Yang membuat saya puas makan di KFC ini produk KFC sesuai dengan yang saya harapkan, baik kebersihannya, rasa, dan harganya”. (IN, 30Th)

Produk tambahan KFC sangat beragam, baik makanannya maupun minumannya, produk tambahan inilah yang membedakan KFC dengan restoran *fast food* lainnya. Produk tambahan KFC berupa *Chick N Fillet, Twisty, Fish Fillet, Oriental Bento, OR Burger, Perkedel, KFC Soup, Mocha Float, Ice Cream Sundae, Cream Soup*, dll. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan salah satu konsumen pada KFC Jember yang menjadi responden dalam penelitian ini.

“Saya sudah menjadi pelanggan KFC Jember ini sejak 2 tahun yang lalu, produknya tambahannya beragam, dan produk-produk ini yang membedakan KFC dengan restoran yang lain,” (BM, 19Th).

Estetika pada produk KFC dapat dilihat dari tampilan penyajian produk yang membuat konsumen suka dan tertarik. Produk KFC selalu disajikan dengan keadaan bersih dan menarik baik makanan dan minumannya. Contohnya: nasi KFC selalu dibungkus dengan kertas khusus, pembungkusan ini bertujuan selain untuk menjaga supaya keadaan nasi tetap bersih juga untuk daya tarik, selain itu jika konsumen memesan produk

untuk dibawa pulang maka produk tersebut akan dikemas dengan kemasan yang menarik dan rapi. Kualitas produk yang dirasakan konsumen terhadap produk KFC sangat memuaskan. Baik dari segi rasa, tampilan, kebersihan, dan ukuran produk yang konsisten. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan salah satu konsumen pada KFC Jember yang menjadi responden dalam penelitian ini.

“Secara keseluruhan, produk KFC sudah sangat memuaskan, rasanya enak, produknya berukuran besar, dan produknya selalu bersih” (RE, 25Th).

Temuan dari hasil wawancara diatas diperkuat oleh pendapat Assairi (2002:48) yang menyatakan “Mutu produk dapat memenuhi tujuan suatu perusahaan, yaitu untuk meningkatkan kepuasan konsumen”.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan oleh KFC Jember supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan dari konsumen. Pola konsumsi dan gaya hidup konsumen menuntut KFC Jember mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Kualitas pelayanan yang diberikan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum. Bentuk kualitas pelayanan yang diberikan KFC Jember berupa kehandalan, daya tanggap, jaminan, kepedulian, dan bukti fisik. Kelima indikator ini juga telah KFC Jember lakukan dengan baik.

Kehandalan pelayan KFC Jember dapat dilihat dari kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan, contohnya penyajian produk yang cepat dan tepat. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan salah satu konsumen pada KFC Jember yang menjadi responden dalam penelitian ini.

“Saat membeli produk di KFC Jember meski awalnya harus mengantri untuk memesan produk, tetapi saat sudah memesan maka akan dilayani dengan cepat, pelayan-pelayannya sangat handal dalam menyajikan produk, tanpa harus menunggu lama produk yang sudah saya pesan selesai” (DA, 18Th).

Hasil wawancara ini juga diperkuat oleh pendapat Parasuraman (2001:48) yang menyatakan “Setiap perusahaan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, dalam memberikan pelayanan setiap pegawai diharapkan memiliki keahlian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi. Sehingga pelayanan yang diberikan menghasilkan kepuasan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen”.

Daya tanggap pelayan KFC Jember sangat baik, hal ini dapat dilihat dari ketanggapan pelayan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, bukan saja tanggap dalam menyiapkan produk yang telah dipesan konsumen, tetapi juga tanggap dalam menyikapi setiap kritikan dari konsumen.

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya jaminan atas pelayanan yang diberikan. KFC

Jember memberikan pelayanan yang terjamin dan dapat dipercaya, dalam hal ini KFC Jember menjamin peralatan-peralatan yang digunakan baik untuk memasaknya dan menyajikannya dalam keadaan bersih dan bahan-bahan yang digunakan untuk membuat produk selalu segar. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan salah satu konsumen pada KFC Jember yang menjadi responden dalam penelitian ini.

“Saat makan di KFC Jember peralatan yang digunakan untuk menyajikan produk selalu terjamin bersihannya, dan bahan-bahan yang dipakai untuk membuat produk KFC selalu segar setiap hari, baik itu bahan untuk produk makanannya maupun produk untuk minumannya” (AA, 38Th).

Hasil dari wawancara diatas juga diperkuat oleh pendapat Parasuraman (2001:69) yang menyatakan “Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan akan tuntas sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran, dan kualitas layanan yang diberikan”.

Setiap bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen diperlukan adanya kepedulian. Hal ini dilakukan dengan baik oleh pelayan KFC Jember. Pelayan KFC Jember sangat ramah terhadap konsumen dan dapat melakukan hubungan komunikasi yang baik dengan konsumen. Berikut merupakan hasil wawancara

yang dilakukan oleh peneliti dengan salah satu konsumen pada KFC Jember yang menjadi responden dalam penelitian ini.

“Pelayanan pada KFC Jember cukup bagus. Hal ini dapat dilihat dari karyawan yang ramah, sabar, dan tanggap ketika berhadapan dengan konsumen, serta menyediakan tempat yang nyaman dan aman kepada konsumen” (MH, 27Th).

Bukti fisik yang diberikan pihak KFC Jember untuk menunjang kenyamanan konsumen dalam melakukan pembelian sudah sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari peralatan yang digunakan dalam proses produksi menggunakan alat-alat yang canggih dan moderen sehingga proses produksi tidak membutuhkan waktu yang lama, dekorasi ruangan yang menarik dan nyaman, tersedianya *wifi*, tersedianya arena bermain anak, toilet yang bersih, dan area parkir yang luas. Setiap restoran senantiasa berorientasi pada tujuan yaitu memberikan kepuasan kepada konsumen. Trimulya (1999:24) berpendapat bahwa “Untuk memperoleh kepuasan konsumen maka perusahaan harus memperhatikan pemenuhan kepuasan itu”.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan dua hal yang harus diperhatikan untuk membuat konsumen puas. Selalu berinovasi dengan produk dan pelayanan merupakan salah satu cara yang tepat untuk membuat konsumen puas, selain itu juga dapat menjadi pembeda dengan restoran-restoran lain yang sejenis.

Konsumen yang puas akan menjadi penentu untuk kontinuitas berlangsungnya suatu restoran.

Syarat dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen diketahui dari sikap senang, sering berkunjung, dan merekomendasikan kepada orang lain. Konsumen yang puas akan loyal terhadap berbagai penawaran yang diberikan oleh KFC.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen akan menciptakan kepuasan sehingga akan mendorong timbulnya pembelian ulang serta merekomendasikan kepada orang lain.

Hipotesis pertama dan kedua dalam penelitian ini yang menyebutkan diduga ada pengaruh yang signifikan dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di KFC Jember diterima. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di KFC Jember dapat terpenuhi. Untuk hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menyebutkan diduga Kualitas Produk berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di KFC Jember diterima. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui diantara kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen KFC Jember dapat terpenuhi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di KFC di Kabupaten Jember dapat disimpulkan bahwa: (1) Kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Bentuk dari kualitas produk yang diberikan oleh KFC Jember adalah kesesuaian, fitur produk, estetika, dan kualitas yang dirasakan. Keempat indikator kualitas produk tersebut telah dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan. Sedangkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak KFC Jember berupa kehandalan, daya tanggap, jaminan, kepedulian, dan bukti fisik. Kelima indikator kualitas pelayanan ini juga telah dilakukan dengan baik oleh KFC Jember dan (2) Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di KFC Jember, dari kedua variabel bebas kualitas produk dan kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas produk.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain: (1) Bagi pihak KFC Jember, untuk terus meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan guna memaksimalkan kepuasan konsumen agar dapat meningkatkan jumlah

pelanggan dan (2) Bagi peneliti lain, untuk ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu diharapkan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa dengan penelitian ini untuk mengambil variabel lain yang tidak turut diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, lokasi, promosi, dan lain-lain.

DAFTAR BACAAN

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.

Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Empat

Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto), *Delivering Quality Service The Free Press*, New York.

Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Trimulya, Abadi. 1991. *Peningkatan Kepuasan Konsumen dalam Tinjauan pemasaran*. Jakarta: Penerbit Rajawali Press.

Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yazid, 2008. *Pemasaran Jasa (Konsep dan Implementasi)* Yogyakarta : Ekonosia.