

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan)

Abdul Majid¹, Achmad Fazal V², Afifah Eka Oktavianti³, Mya Anda Rista⁴, Dini Santika⁵
^{1,2,3,4,5} Departement of Management, Faculty of Economics, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Indonesia

Abstrak

The culinary business is one of the businesses that is currently growing rapidly and has considerable growth potential. Currently, many people prefer fast food with good taste and relatively cheap prices but guaranteed quality. Customer satisfaction is one of the keys to the company's success that really needs to be considered. This study aims to determine the effect of service quality, product quality and location on customer satisfaction at Rocket Chicken Lamongan branch. The research method used in this research is a quantitative research method with a survey research type with data analysis techniques using multiple linear regression techniques. The population in this study were all consumers of Rocket Chicken Lamongan branch with a total sample of 100 respondents. The results showed that service quality, product quality, and location had an effect on consumer satisfaction. Rocket Chicken must pay attention to the quality of service in order to increase customer satisfaction.

Keyword: Service Quality, Product Quality, Location, and Customer Satisfaction

Article Info

Affiliation:

^{1,2,3,4,5} Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Lamongan

*Correspondence:

E-mail address:
majidumla1@gmail.com

Article History:

Received : 2021 - 03 - 11
Reviewed: 2021 - 03 - 19
Revised : 2021 - 04 - 12
Accepted : 2021 - 06 - 20

1. Pendahuluan

Persaingan bisnis yang semakin ketat sekarang ini yang melibatkan industri di bidang makanan di Indonesia dipicu oleh perubahan pola makan masyarakat kota yang gemar makan di luar, dan jumlah penduduk Indonesia yang besar merupakan daya tarik yang mendorong berbagai kalangan pengusaha untuk melakukan investasi bisnis ke bidang restoran (Istianto dan Tyra, 2011). Saat ini usaha restoran cepat saji di Indonesia terus berkembang, bahkan bisnis ini mulai menjamur di kota-kota kecil. Produk makanan cepat saji (Fastfood) sangat dipilih masyarakat perkotaan karena kepraktisannya dalam mengonsumsi makanan tersebut. Fastfood sendiri telah menjadi gaya hidup, ciri masyarakat yang modern (Widaningrum, 2010). Kualitas pelayanan yang diberikan usaha restoran cepat saji haruslah baik, agar pelanggan dapat terpuaskan oleh kinerja dari seluruh manajemen restoran dan pelaku usaha

dapat mempertahankan serta dapat menambah jumlah pelanggan (Poerwopoespito dan Utomo, 2010).

Dalam menghadapi suatu persaingan yang tinggi maka setiap perusahaan dituntut untuk menentukan strategi dengan menciptakan suatu kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik. dilatarbelakangi oleh kecepatan perkembangan teknologi dan era globalisasi, pergerakan masyarakat menjadi lebih cepat terutama pergerakan kebutuhan terhadap produk-produk yang bersifat praktis, salah satunya adalah restoran cepat saji (Yesenia dan Siregar, 2014). strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Assauri 2013:15).

Rocket Chicken adalah Perusahaan kemitraan yang bergerak di Bidang Fast Food Restaurant, dengan produk unggulan, Fried chicken, Burger, Steak dan Chinese food, dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan. Rocket Chicken berdiri pada 21 Februari 2010, mulai membuka kemitraan dan mendorong pengusaha-pengusaha baru dengan modal yang terjangkau untuk memiliki suatu usaha bidang makanan yang dapat dikelola oleh perorangan atau berbadan hukum. Melalui tahapan proses yang panjang, akhirnya berdirilah gerai-gerai Fast Food Restaurant dengan brand Rocket Chicken mulai dari daerah tingkat 1 hingga daerah tingkat 2 seperti di DIY, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat. Keunggulan Rocket Chicken dengan membidik pangsa pasar seluruh kalangan lapisan masyarakat sehingga bisa didirikan hingga ke daerah-daerah dengan didukung system Manajemen yang telah teruji menjadikan Rocket Chicken sebagai usaha yang mempunyai Brand awareness tinggi, prospektif dan marketable. (Anonim, 2019).

Kualitas layanan dalam setiap perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Setiap pelanggan menuntut agar produk atau jasa yang diberikan perusahaan dapat memberi kepuasan yang besar (Kotler & Amstrong, 2017, p. 31). Menurut Kotler pada Pusparani dan Rastini (2014), semakin tinggi tingkat kualitas, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, dengan tingginya kepuasan yang dirasakan konsumen maka konsumen akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Wujud kepuasan konsumen, akan menciptakan citra positif dan kepercayaan untuk tetap menggunakan produk atau jasa bahkan merekomendasikan kepada orang lain sehingga akan menambah konsumen baru dari waktu ke waktu. Konsumen akan merasa puas terhadap produk/jasa yang ditawarkan apabila apa yang mereka dapatkan sesuai bahkan melebihi dari apa yang mereka harapkan. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011).

Mempunyai usaha dibidang kuliner memang penuh tantangan. Disamping sajian yang enak dan lezat, kepuasan pelanggan juga menjadi faktor penting. Karenanya pelaku usaha kuliner harus tahu bagaimana memperlakukan konsumen dengan baik termasuk saat menghadapi keluhan yang diutarakan oleh pelanggan. usaha restoran atau warung makan yang

sederhana sekalipun membutuhkan pengelolaan yang baik dengan mengutamakan keramahan dan mutu sajian produk kuliner yang ditawarkan. Ketika seorang pelanggan melayangkan komplain atau keluhan, hal itu menandakan jika mereka peduli terhadap bisnis kuliner milik anda. Terlepas dari bagaimana cara penyampaiaannya, keluhan dari pelanggan sebetulnya dapat menjadi peluang bagi anda untuk meningkatkan kualitas bisnis, terutama layanan dan rasa berbagai menu kuliner yang disajikan kepada pelanggan. (Anonim, 2019).

Acuan penelitian ini adalah penelitian milik Ariyanto dan Tri Efendi (2020) meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus”. Dengan kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan lokasi (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y), sedangkan dalam penelitian Dhea Febriana Elmiliyasi (2020) meneliti tentang “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri” Dengan Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan dengan menggunakan metode survey pada Rocket Chicken Jalan Sunan Drajat, Kauman, Sidoharjo, Lamongan.

Dari latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk memilih penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen”. Dengan menggunakan variabel independen Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Lokasi (X3), dan variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Raket Chicken Cab.Lamongan di Jalan Sunan Drajat, Kauman, Sidoharjo – Lamongan.

2. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2015: 235) definisi kualitas berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiaannya untuk mengibangi harapan konsumen. Pengertian atau makna kualitas telah diberikan banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda sehingga menghasilkan definisi-definisi yang berbeda pula. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Sedangkan menurut Kotler (2016) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Tjiptono (2010) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu: Jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa

yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal.

Pelayanan dikatakan berkualitas atau memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Apabila masyarakat tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak berkualitas atau tidak efisien. Karena itu kualitas pelayanan sangat penting dan selalu focus kepada kepuasan pelanggan. Manfaat dan tujuan kualitas pelayanan menurut Kotler, Hayes dan Bloom (2016), yaitu :Konsumen akan setia kepada perusahaan, Konsumen bisa menjadi media iklan gratis, Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin, Konsumen tidak akan memperlakukan mengenai harga, Konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi, Nama baik perusahaan meningkat, Unggul dalam persaingan bisnis

2. Kualitas Produk

Sunyoto (2012) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya.

Pengertian produk Menurut Fandy Tjiptono (2015: 231) adalah pemahaman subyektif produsen atas sesuatu yang bisa di tawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Menurut Kotler (2013) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2014: 176), dimensi kualitas produk adalah sebagai berikut: Kinerja (Performance), Tampilan (Features), Kesesuaian (Conformance), Daya tahan (Durability), Keindahan (Aesthetics), Kualitas yang dipersepsikan (Perceived quality).

Menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A Rusly (2014: 67) bahwa Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Dengan melihat definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.

3. Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono (2014: 92) Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang

mementingkan segi ekonominya. Menurut Ujang Suwarman (2011: 280) Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Pemilihan lokasi menurut Buchari Alma (2013: 105) memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang. Dan selanjutnya menurut Heizer (2012:112) tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan.

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis lokasi yang ditempati akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Maka dapat disimpulkan lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lamb et al, (2010: 63) menyatakan bahwa memilih tempat atau lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting, karena:

1. empat merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangifleksibilitas masa depan usaha.
2. Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan dimasa depan. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha.
3. Lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu, jikanilai lokasi memburuk, maka lokasi usaha harus dipindahkan atau ditutup.

4. Kendala Penempatan Kerja

Menurut Sudaryono (2016) kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut Kotler (2015: 180) kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau layanan yang diberikan.

Menurut Dewi (2013:1), konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan. Menurut Sri Handayani (2012:2) konsumen merupakan seseorang atau suatu organisasi yang membeli atau juga menggunakan sejumlah barang atau jasa dari pihak lainnya. Konsumen dibagi menjadi dua kategori, yaitu konsumen personal dan konsumen organisasional. Konsumen personal adalah individual yang membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri, untuk penggunaan dalam rumah tangga, anggota keluarga dan teman. Sedangkan konsumen organisasional merupakan sebuah perusahaan, agen pemerintah atau institusi profit maupun nonprofit lainnya yang membeli barang, jasa dan peralatan lain yang diperlukan yang digunakan agar organisasi tersebut dapat berjalاندengan baik.

Menurut Daryanto & Setyobudi (2014), kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator keberhasilan dari suatu usaha. Hal ini telah dipercaya secara umum karena dengan memuaskan konsumen maka organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Kotler (2012: 46) mendasarkan bahwa Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja tidak sesuai harapan maka konsumen akan merasa kecewa. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen baik senang ataupun sedih yang timbul setelah konsumen membandingkan kualitas dari produk atau jasa yang dipergunakannya dengan apa yang diharapkannya.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya Tjiptono et al, (2014: 58):

1. Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembeli
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen
4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan perusahaan
5. Laba yang diperoleh meningkat.

5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2018:63). Berdasarkan pernyataan tersebut, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Egi Fauzi Suhaerul Bustami (2019) menunjukkan bahwa secara parsial harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian dari Khaq dan Ahmad Ulil (2020) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan demikian variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kepuasan Konsumen di PT Rocket Chicken Cabang Kudus 1 Di Desa Mlati Lor Kota Kudus. Berdasarkan penelitian terdahulu maka,

H1: Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan C.M. Puspita dan A. Budiarmo (2020) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Hasil penelitian dari Dhea Febriana Elmiliarsari (2020). Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa harga cukup berpengaruh terhadap keputusan pembelian fried chicken dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian fried chicken. Secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan

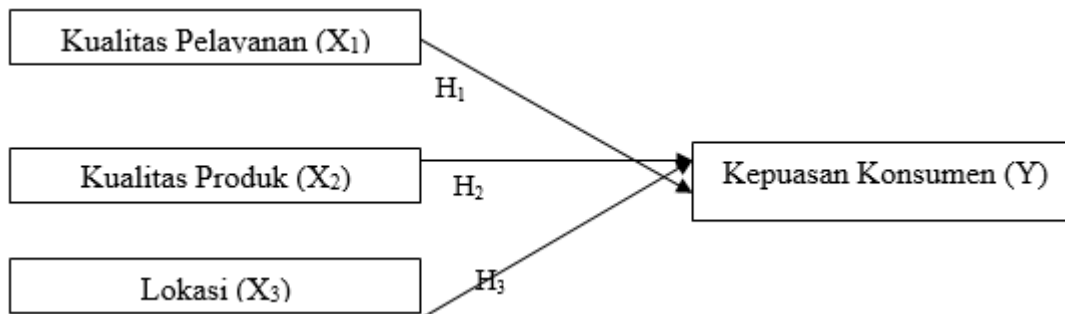
terhadap keputusan pembelian fried chickendi Rocket Chicken Bandar Kota Kediri. Berdasarkan penelitian terdahulu maka,

H2: Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian dari Nurwahyuni, Ema (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Binuang Kabupaten Tapin. Hasil penelitian yang dilakukan Ariyanto dan Tri Efendi (2020) menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu maka,

H3: Variabel lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut maka penulis merumuskan:

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

H2: Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

H3: Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan kedudukan variabel yang akan diteliti serta pengaruh antar satu variabel dengan variabel yang lain atau dengan kata lain untuk melihat pengaruh variabel independen (kepuasan konsumen) terhadap variabel dependen (kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi). Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:16), Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Arikunto (2019:27) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Malhotra (2010) dalam Anshori

dan Iswati (2019) menyebutkan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berusaha mengukur data dan biasanya menerapkan beberapa bentuk analisis statistik.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2019:126). Populasi dalam penelitian ini menggunakan konsumen yang pernah mengonsumsi produk di restoran cepat saji Quick Chicken di Cabang Lamongan.

Sampel merupakan bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi (Sumarni dan Wahyuni, 2006:70). Sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel penelitian dengan jumlah 100 Responden konsumen Raket chicken Cabang Lamongan. Dalam penelitian ini karakteristik responden pada Rocket Chicken Cabang Lamongan bermacam-macam. Dari 112 Responden yang memberikan jawaban atas penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada koesioner, peneliti menemukan beberapa responden yang tidak pernah makan di Rocket Chicken. Sehingga peneliti mengambil 100 dari 112 Responden yang akan peneliti gunakan sebagai sampel penelitian.

Metode Pengambilan sampel (informan) dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling yaitu siapa saja orang tersebut yang memenuhi kriteria maka bisa dijadikan sampel, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Konsumen Raket Chicken
2. Konsumen Raket Chicken Cabang Lamongan

Pengambilan sampel kepada para responden dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner disebar secara online melalui grup dan chat pribadi pada aplikasi WhatsApp.

Statistic deskriptif memberikan informasi mengenai data yang dimiliki dan tidak bermaksud menguji hipotesis. Analisis ini hanya digunakan untuk menyajikan dan menganalisis data disertai dengan perhitungan agar dapat memperjelas keadaan atau karakteristik data yang bersangkutan. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah mean, standar deviasi, maksimum, dan minimum. Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dari nilai koefisien dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel yang ada (Indiantoro dan Supomo, 2009). Persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$KK = \beta_0 + \beta_1 KPI + \beta_2 KPr + \beta_3 L + e$$

Keterangan:

- EP = Kepuasan Konsumen
KPI = Kualitas Pelayanan
KPr = Kualitas Produk
L = Lokasi
e = Variabel gangguan

4. Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian secara umum menunjukkan bahwa dari 3 variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Raket Chicken Cabang Lamongan, dan ke-3 variabel bebas dominan berpengaruh terhadap variabel terikat. Hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan data dan diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($108,787 > 0,05$) dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Besaran pengaruh ke 3 variabel adalah 77,3% dilihat pada koefisien determinasi yang disesuaikan dengan R Square yaitu 0,773 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 77,3%, sisanya 22,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Penelitian ini sejalan teori Tjiptono (2010) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu: Jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal.

Menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A Rusly (2014: 67) bahwa Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Fandy Tjiptono (2014: 92) Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Dan Menurut Ujang Suwarman (2011: 280) Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Menurut Kotler (2012 : 46) mendasarkan bahwa Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja tidak sesuai harapan maka konsumen akan merasa kecewa. Oleh sebab itu jika perusahaan memberikan kualitas produk yang baik dan memuaskan maka konsumen akan dipuaskan dengan performa yang diberikan, hal ini juga dapat mengangkat kualitas pelayanan dan membuat konsumen akan datang kembali dengan lokasi yang diberikan juga strategis bagi konsumen. Hasil Penelitian ini juga sesuai dengan yang dilakukan oleh (Nurwayuni & Ema, 2020), (Egi, 2019), (Ariyanto & Efendi 2020), (Khaq & Ulil, 2020), (Puspita & Budiatmo, 2020), (Dhea, 2020). Menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa (X1) kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Raket Chicken Cabang Lamongan, artinya konsumen Raket Chicken Cabang Lamongan menganggap bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu pertimbangan utama untuk menikmati makanan di Raket Chicken Cabang Lamongan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurwayuni & Ema, 2020), (Egi, 2019), (Ariyanto & Efendi 2020), (Khaq & Ulil, 2020). Menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, jika kualitas pelayanan yang diterapkan baik maka kepuasan konsumen akan meningkat. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang diterapkan buruk, maka kepuasan konsumen juga akan menurun. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa (X2) kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Raket Chicken Cabang Lamongan, artinya konsumen Raket Chicken Cabang Lamongan menganggap bahwa kualitas produk merupakan salah satu pertimbangan utama untuk menikmati makanan di Raket Chicken Cabang Lamongan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Puspita & Budiarmo, 2020), (Dhea, 2020). Menyimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, jika kualitas produk dijaga dengan baik maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa (X3) lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Raket Chicken Cabang Lamongan, artinya konsumen Raket Chicken Cabang Lamongan menganggap bahwa lokasi merupakan salah satu pertimbangan utama untuk menikmati makanan di Raket Chicken Cabang Lamongan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurwahyuni & Ema, 2020), (Ariyanto & Efendi, 2020). Menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, jika lokasi Raket Chicken Cabang Lamongan letaknya strategis dan mudah dilalui banyak kendaraan maka kepuasan konsumen akan meningkat.

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis statistik inferensial, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konsumen Raket Chicken Cabang Lamongan menganggap bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu pertimbangan utama untuk menikmati makanan di Raket Chicken Cabang Lamongan. Hal ini berdasarkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, jika kualitas pelayanan yang diterapkan baik maka kepuasan konsumen akan meningkat.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Raket Chicken Cabang Lamongan, artinya konsumen Raket Chicken Cabang Lamongan berdasarkan hasil

penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan salah satu pertimbangan utama untuk menikmati makanan di Raket Chicken Cabang Lamongan.

3. lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Raket Chicken Cabang Lamongan, artinya konsumen Raket Chicken Cabang Lamongan menganggap bahwa lokasi merupakan salah satu pertimbangan utama untuk menikmati makanan di Raket Chicken Cabang Lamongan.

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapat oleh dari penelitian, maka ada beberapa saran yang peneliti perlu sampaikan untuk mempertahankan ataupun memperbaiki Kepuasan Konsumen di Rocket Chicken Cabang Lamongan, antara lain : (1) Kualitas Pelayanan yang ada di Rocket Chicken Cabang Lamongan perlu ditingkatkan antara lain keramahan, kecepatan, dan ketepatan pelayanan. (2) Kualitas Produk yang ada di Rocket Chicken Cabang Lamongan perlu ditingkatkan antara lain dengan dibuat standarisasi mengenai kesesuaian dan kestabilan rasa. Dan selalu memperhatikan dan menjaga kebersihan tempat makan untuk kenyamanan konsumen.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Ariyanto, Tri Efendi. 2020. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus*. Skripsi S1. Fakultas Ekonomi. IAIN KUDUS.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta : PT. Grafindo Persada.
- Buchari, Alma, 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Bustami, Egi Fauzi Suhaerul. 2019. *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Jombang Satu)*. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi*. Vol.1 No(3). Halaman: 278 – 290.
- Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Kamera Canon Digital Single Lens Reflex (Dslr) Di Kota Denpasar, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 3:1311-1319.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Dewi, Amelia Chynthia. 2013. *Studi Deskriptif Mengenai Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Travel “X” Bandung*. Skripsi. Bandung : Fakultas Psikologi Universitas Kristen Maranatha.
- Dialiwi, Irene. 2017. *Analisis Pengaruh Produk, Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen di CIAO GELATO Gejayan Yogyakarta)*. Skripsi S1. Fakultas Bisnis. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Elmiliyasi, Dhea Febriana. 2020. *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri* . *Jurnal At-Tamwil*. Vol.1 No(3).
- Febrianti, Devi, Ratna Utami dan Sri Nastiti A. 2013. *Analisi Pengaruh Faktor Penentu Kebijakan Struktur Modal Terhadap Leverage: Pendekatan Pecking Order Theory*. *Jurnal Fakultas Ekonomi*.
- Gendro, Wiyono. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update*

- PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Sri. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai. *Jurnal Non Eksakta (Volume 4 Nomor 1)*. Hlm. 2.
- Heizer, Jay & Barry Render (2011). *Manajemen Operasi*. Edisi Sembilan. Buku Dua. Diterjemahkan oleh Chriswan Sungkono. Jakarta: Salemba Empat.
- Hidayat, Ulil Amri. 2016. Analisis Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5 No(12).
<https://rocketchicken.co.id/about>.
- <https://rocketchicken.co.id/info/beberapa-langkah-dalam-menghadapi-keluhan-dan-kritik-dari-pelanggan>.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang dan 2009, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Istianto, J.Hendra dan Tyra, M.Josephine. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah makan KETTY RESTO. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Genius)*. Volume 1, Nomor 3, September 2011.
- Khaq, Ahmad Ulil. 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rocket Chicken Cabang Kudus 1 Di Desa Mlati Lor Kota Kudus. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi. IAIN KUDUS.
- Kotler dan Armstrong. 2017. *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1. & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler Dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran* Edisi 12 penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Lamb, et. al. 2010. *Pemasaran*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari, Dwi. 2020. Analisis Pengaruh Labelislah Halal, Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Membeli Makanan Cepat Saji Rocket Chicken di Kota Salatiga. Skripsi S1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa* Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat. Page 3. 105.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran jasa*, Edisi III. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, Naresh (2010). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*, Edisi keempat, Jilid 2. Jakarta : PT Indeks
- Mustofa, Bisri. 2009, *Pedoman Menulis Proposal Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta : Panji Pustaka.
- Nurwahyuni, Ema. 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Rocket Chicken Binuang Kabupaten Tapin. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Brawijaya.
- Poerwopoespito, O. dan Utomo, T. 2010. *Menggugah Mentalitas Profesional & Pengusaha Indonesia*. Grasindo Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta. Hal: 52-54.
- Pusparani, Putu Ayu Yulia dan Ni Made Rastini., 2014. *Pengaruh Kualitas Produk*
- Puspita, Cindy Mega dan Agung Budiarmo. 2020. Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel

- Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang).Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. vol. 9. no(3). Halaman: 268-275.
- Rocket Chicken, 2019.
- Rocket Chicken, 2019.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CVAlfabeta.
- Sugiyono. (2019). In Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (p.394). Bandung : Alfabeta.
- Sumarni dan Wahyuni, (2006), Metodologi Penelitian dan Bisnis, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. 2013. Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Wahyu, K. dan Aji, H.S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan bukti fisik Terhadap Kepuasan Konsumen.
- Suwarman, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2010. Strategi Pemasaran. Edisi ketujuh. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Wahyono, T. 2010. Membuat Sendiri Aplikasi dengan Memanfaatkan Barcode. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Widaningrum, D,. 2010. Analisis Tingkat Kepentingan Atribut Kemasan Produk Makanan Take Out dengan Menggunakan Analisis Multivariate. Jurnal Teknik Industri Indonesia 8(1): 10-18.
- Yamin Sofyan, Kurniawan Heri. 2009. SPSS COMPLETE: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan software SPSS. Jakarta: Salemba Infotek
- Yesenia dan Siregar. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken di Tangerang Selatan, Jurnal Manajemen dan Organisasi. Vol.5(3). Halaman: 184-199.