



SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Konsumen KFC Cabang Veteran Padang)**

OLEH

**Nama : HELMI AFRILIA NENGSIH
NIM : 12.10.002.61201.022
Program Studi : MANAJEMEN
Jurusan : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2017**

PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Didepan Tim Penguji Skripsi

Pada Tanggal 22 Februari 2017

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen KFC Cabang Veteran Padang)
NIM : 12.10.002.61201.022
Prodi : Manajemen
Jurusan : Manajemen

TIM PENGUJI

Drs. Indra Masrin, MM
Usmiar, SE, M.Si
Lelisuwita, SE, MM
Dr. Tri irfa Indra Yani, M.pd



Handwritten signatures of the review team members, including Drs. Indra Masrin, Usmiar, Lelisuwita, and Dr. Tri irfa Indra Yani.

DISETUJUI OLEH :

Pembimbing I



Handwritten signature of Pembimbing I, Drs. Indra Masrin.

Drs. Indra Masrin. MM

Pembimbing II



Handwritten signature of Pembimbing II, Usmiar.

Usmiar, SE, M.Si

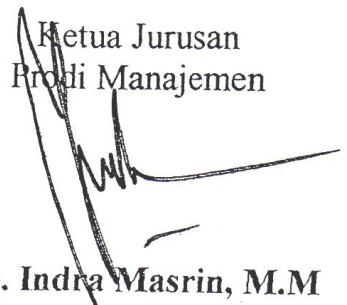
DIKETAHUI OLEH :

**Dekan
Fakultas Ekonomi**



Usmiar SE, M.Si

**Ketua Jurusan
Prodi Manajemen**



Handwritten signature of the Head of the Management Program, Drs. Indra Masrin.


Drs. Indra Masrin, M.M

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar- benar karya saya sendiri. Sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah lain.

Padang, 1 Maret 2017

Yang menyatakan



HELMI AFRILIA NENGSIH

Nim: 12 10 002 61201 022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu

*Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah Bacalah, dan Tuhanmulah yang maha mulia Yang mengajar manusia dengan pena, Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya (QS: Al-'Alaq 1-5)
jalan menuju sukses senantiasa dalam kondisi yang sedang dibangun Anda akan menghadapi lubang,rintangan, dan penundaan. Anda harus tetap menjaga mata anda agar terfokus pada tujuan dan melangkah maju.(Ed*

Temple)

orang-orang yang hebat dibidang apapun bukan baru bekerja karena mereka terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja, mereka tidak menyia-nyiakn waktu untuk menunggu inspirasi. (Ernest Newman)

orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak. (Aldus Huxley)

Ya Allah,

Waktu yang sudah kujalani dengan jalan hidup yang sudah menjadi takdirku, sedih,bahagia, dan bertemu orang-orang yang memberiku sejuta pengalaman serta menuai kebersamaan. Kubersujud dihadapan Mu, Engkau berikan aku kesempatan untuk bisa sampai Di penghujung awal perjuanganku

Segala Puji bagi Mu ya Allah,

Ya Allah,

*terimakasih atas nikmat dan rahmatMu yang agung ini, hari ini hamba bahagia sebuah perjalanan panjang dan gelap.... telah kau berikan secercah cahaya terang meskipun hari esok penuh teka-teki dan tanda tanya yang aku sendiri belum tau pasti jawabanya
ditengah malam aku bersujud, ku pinta kepadaMU disaat aku kehilangan arah,ku mohon petunjukMU aku sering terjatuh,terluka dan terkadang harus ku telan antara keringat dan air mata,,namun aku tak pernah takut, aku takkan pernah menyerah karena aku tak mau kalah, aku akan terus melangkah berusaha dan berdoa tanpa mengenal putus asa.*

Alhamdulillah..Alhamdulillah..Alhamdulillahirobbil'alamin..

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu Tuhan yang Maha Agung, Maha pengasih lagi Maha Penyayang, atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku. Kini aku tersenyum dalam iradatMU, kini baru aku mengerti arti kesabaran dalam penantian. Sungguh tak ku sangka kau menyimpan sejuta makna dan rahasia, sungguh berarti hikmah yang kau beri.

Lantunan Al-fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untukmu.

Mamaku tersayang.....

Kau kirimkan aku kekuatan lewat untaian kata dan iringan doa. Tak ada keluh kesah diwajahmu dalam mengantar anakmu ini kegerbang masa depan yang cerah tuk raih segenggam harapan dan impian menjadi kenyataan. Mama, mama yang membesarkan ami tanpa lelah dan mama juga yang membuat ami slalu mengerti akan kesabaran dan arti kehidupan yang sesungguhnya dalam dekapan kehangatan mama. Cinta mama yang selalu menghiasi jiwa ami dan restu mama selalu temani setiap langkah ami.

Papaku Tercinta.....

Kau begitu kuat dan tegar dalam hadapi hidup ini, kau jadikan setiap tetesan keringatmu sebagai semangat meraih cita-cita, hari-harimu penuh tantangan dan pengorbanan, tak kau hiraukan terik matahari membakar kulitmu, tak kau pedulikan hujan deras mengguyur tubuhmu. Papa terimakasih atas perjuangan papa selama ini hingga mi bisa meraih apa yang menjadi mimpi selama ini.

Mama dan Papaku tersayang.....

Inilah kata-kata yang mewakili seluruh rasa, sungguh ami tak mampu menggantikan kasih sayang mama dan papa dengan apapun, tiada yang dapat ami berikan agar setara dengan pengorbananmama dan papa uantuk ami, kasih sayang mama dan papa tak pernah bertepi cinta mama dan papa tak pernah berujung... tiada kasih seindah kasih mama dan papa, tiada cinta semurni cinta mama dan papa, kepada mam dan papa ami persembahkan salam yang harumnya melebihi kasturi, yang sejuknya melebihi embun pagi, hangatnya seperti mentari di waktu dhuha, salam suci sesuci air telaga khautsar yang jika diteguk akan menghilangkan dahaga selalu menjadi penghormatan kasih dan cinta yang tidak pernah pudar dan berubah dalam segala musim dan peristiwa. Kini sambutlah ami anakmu didepan pintu tempat dimana dulu ami mencium tangan mama dan papa dan terimalah kado kecil ini serta keberhasilan berwujud gelar persembahan ami sebagai bukti cinta dan tanda bakti ami kepada mama dan papa. Dan gelar ini Ami Persembahkan untuk mama dan papa tersayang.

Ya Allah ya Rahman ya Rahim... Terimakasih telah kau tempatkan ami diantara kedua malaikatmu yang setiap waktu ikhlas menjaga ami,, mendidik ami,, membimbing ami dengan baik,, ya Allah berikanlah balasan setimpal syurga firdaus untuk mama dan papa dan jauhkanlah mama dan papaku nanti dari panasnya sengat hawa api nerakamu ya allah. Dan lindungi juga lah semua keluarga ami dari segala marabahaya mu ya allah.

Untukmu Papaku (M. Linus),,,Mamaku (Helmita Kusda)...Terimakasih....

We always love you...

Dalam setiap langkah ami, ami berusaha mewujudkan harapan-harapan yang kalian impikan didiri ami, meski belum semua itu ami raih' insyallah atas dukungan doa dan restu kalian semua mimpi itu akan terjawab di masanya nanti. Untuk itu ami persembahkan ungkapan terimakasih ami kepada:

Adik ku tersayang (Anggi) yang selalu menjaga mama dan papa dikala kakak ngak ada dirumah. Dan tetap lah menjadi adik yang selalu kakka banggakan dan terus lah berjuang ya dek untuk meraih apa yang menjadi impian mu kelak. Dan untuk keluarga mama yang selalu membatu ami dalam segi apapun itu dan juga untuk keluarga papa terutama pakw0 dan etek yang selalu memberikan kan mi uang jajan sehingga dapat meringan kan sedikit beban mama dan papa dan semua yang mungkin tak bisa mi sebut satu persatu. Dan kepada semuanya mi ucapkan terima kasih.

... i love you all" : ...*

"Hidupku terlalu berat untuk mengandalkan diri sendiri tanpa melibatkan bantuan orang lain."

Terimakasih kuucapkan Kepada Teman sejawat Saudara seperjuangan (BP 12)

"Tanpamu teman Ami tak pernah berarti,,tanpamu teman Ami bukan siapa-siapa yang takkan jadi apa-apa", buat seluruh sahabat seperjuangan Ami (Bp 12). Buat sobat Ami dikos (Sari) terimakasih telah mau bersabar dan menemani Ami Selama ini meskipun kita beda kamar tapi kita tak akan beda hati dan kasih sayang. Dan

juga buat Sobatku (Rika Melianti, SE) yang selalu membantu Ami dalam Hal apapun itu Terutama Untuk Skripsi Ami Kalau bukan Karna Motivasi dari Rika mungkin ami gak akan bisa menyelesaikan tugas Ami ini dengan Baik termakasih yang Say Atas segala bantuan nya selama ni, dan juga buat shobat ku (Meri, SE dan Yenidar, SE) yang selalu memberikan dukungan untuk Ami agar Ami selalu semangat. Dan bila mana ada sahabat seperjuanganku yang belum bisa menyelesaikan studinya tahun ini bersabarlah masih ada hari esok. aku yakin dan sangat yakin kalian semua bisa !! jangan cepat menyerah apapun yang terjadi, tetap melangkah meski itu sulit'. Letakkan bayangan toga didepan alis mata, target 5cm itu pasti kalian raih !! Amin Ya Rabbal Alamin.....

Spesial buat junior2ku terutama Gusmida (Midong), mita (Mitong), dan (Irna) terimakasih atas segala bantuan dan motivasinya selama ini, kalian adalah obat pelipur lara hatiku yang selalu menghibur walaupun pada akhirnya kita tertawa dan bersedih bersama....hahaha... spesial doa untuk kalian semoga cepat terkejar target kalian untuk cepat wisuda dan menuai hasil yang memuaskan.. Amiiin ya robbal'alamin...

***Kalian semua bukan hanya menjadi teman dan adik yang baik,
kalian adalah saudara bagiku!!***

Spesial buat seseorang!!!!

Buat seseorang yang masih menjadi rahasia ilahi, yang selama 1 tahun lebih ini yang selalu setia dan sabar menemani dan menghadapi sikap ami yang terkadang seperti anak-anak, tetapi abg selalu saja sabar yaitu (Saputra), terimakasih untuk kegigihan dan kebatelannya abg yang selalu menyuruh ami untuk semangat dan selalu mengingatkan ami dalam segala hal serta doa nya untuk ami. Untuk seseorang di relung hati percayalah bahwa hanya ada satu namamu yang selalu kusebut-sebut dalam benih-benih doaku, semoga keyakinan dan takdir ini terwujud, insyallah jodohnya kita selalu dipersatukan atas ridho dan izin Allah S.W.T

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna, hidup tanpa mimpi ibarat arus sungai. Mengalir tanpa tujuan. Teruslah belajar, berusaha, dan berdoa untuk menggapainya.

Jatuh berdiri lagi. Kalah mencoba lagi. Gagal Bangkit lagi.

Never give up!

Sampai Allah SWT berkata "waktunya pulang".

Tak ada rahasia untuk menggapai sukses, sukses itu dapat terjadi karena persiapan, kerja keras, dan mau belajar dari kegagalan. Jangan sekali-kali meremehkan perbuatan baik walaupun hanya sekedar senyuman. Hidup adalah proses, hidup adalah belajar, tanpa ada batas usia tanpa ada kata tua,,,,,

Hanya sebuah karya kecil dan untaian kata-kata ini yang dapat
kupersembahkan kepada kalian semua,, Terimakasih beribu terimakasih kuucapkan..
Atas segala kekhilafan salah dan kekuranganku,
kurendahkan hati serta diri menjabat tangan meminta beribu-ribu kata maaf tercurah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadiran ALLAH SWT atas segala rahmat, nikmat serta karunia-Nya yang telah diberikan hingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan ini sampai dengan skripsi. Shalawat dan salam selalu terucap untuk junjungan alam, Nabi besar Muhammad SAW sebagai suri tauladan umat manusia di permukaan bumi ini. Skripsi yang berjudul “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen KFC Cabang Veteran Padang)* ” disusun dalam rangka memenuhi persyaratan guna menyelesaikan studi serta memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis melalui berbagai hambatan dan kesulitan, namun berkat ketabahan dan kerja keras penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semangat dan kerja keras itu muncul berkat dukungan dari orang-orang terdekat dan semua pihak yang membantu penulis, oleh karena itu penulis mengucapkan rasa terima kasih terutama kepada Bapak Drs. Indra Masrin, MM. selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dengan teliti dan sabar. Kepada Ibu Usmiar, SE, M.Si. selaku pembimbing II, penulis juga sangat berterima kasih karena telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dengan setulus hati kepada :

1. Ibu Dra. Novelti, M.Hum, Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
2. Ibu Usmiar, SE, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
3. Bapak Drs. Indra Masrin, MM. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
4. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, serta staf karyawan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Adapun dalam penulisan skripsi ini, penulis mengakui masih banyak kekurangan. Meskipun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dengan sebaik-baiknya agar dapat memberikan kontribusi positif bagi kita semua. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan mohon ma'af atas segala kekurangan.

Padang, 1 Maret 2017

Penulis



Helmi Afrilia Nengsih
NIM : 12.10.002.61201.022

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Konsumen KFC Cabang Veteran Padang)

Oleh : Helmi Afrilia Nengsih
NIM : 121000261201022

Usaha restoran dewasa ini menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, terbukti semakin banyak restoran asing yang siap saji merambah di berbagai tempat. Sehingga persaingan ini mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagai kosekuensinya setiap usaha penyedia layanan jasa perlu memperhatikan kualitas pelayanan dan produk yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen. Adanya fenomena inilah yang mendorong untuk dilakukannya penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**” (Studi Kasus Konsumen KFC Cabang Veteran Padang).

Penelitian ini dilakukan untuk : (1) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang. (2) Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang. Dan (3) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang. Penelitian ini di laksanakan pada bulan januari sampai maret 2017 di KFC Cabang Veteran Padang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif persentase dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang. (2) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang. (3) Secara bersama-sama Kualitas pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang. Hal ini terbukti dari taraf signifikan yang di hasilkan masing-masing variabel lebih kecil dari taraf signifikan $\alpha 0,05$ sehingga seluruh hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Adapun pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam menjelaskan kepuasan konsumen adalah sebesar 44,6%.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk

ABSTRACT
EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON
CUSTOMER SATISFACTION
(Case Study of Consumer KFC Branch Veteran Padang)

By: Helmi Afrilia Nengsih

The restaurant business today showed relatively rapid development, proven more and more foreign fast-food restaurant served in various places. So this competition requires business people pay attention to rapidly changing consumer desires. In the perspective of consumers tend to pay attention to the values of the satisfaction he felt. As consequences every effort services providers need to pay attention to the quality of services and products provided so as to meet the demands of consumers. The existence of these conditions that encourage to do research with the title "**The Effect of Service Quality and Product Quality Customer Satisfaction**" (A Case Study of Consumer KFC Branch Veteran Padang).

This study was conducted to: (1) Determine the influence of service quality on customer satisfaction KFC Branch Veteran Padang. (2) Determine the influence of product quality to customer satisfaction KFC Branch Veteran Padang. And (3) Determine the influence of the quality of service and product quality to customer satisfaction KFC Branch Veteran Padang. The research was implemented in January 2017 in Padang Veteran KFC branch. Data analysis techniques used in this research is descriptive analysis of the percentage and multiple linear regression analysis.

These results indicate that: (1) Quality of care significantly influence consumer satisfaction KFC Branch Veteran Padang. (2) Product Quality significant effect on customer satisfaction KFC Branch Veteran Padang. (3) Together the quality of service and product quality significantly influence consumer satisfaction KFC Branch Veteran Padang. It is evident from the significant level that produced each variable is smaller than the significance level $\alpha 0,05$ so throughout this hypothesis can be accepted. The influence exerted by the variable quality of service and product quality in explaining consumer satisfaction was 44.6%.

Keywords: Customer Satisfaction, Quality of Service and Quality of Products

DAFRAT ISI

Halaman Judul	Halaman
Pengesahan	
Pernyataan	
Motto dan Persembahan	
Kata Pengantar	i
Abstrak	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran	7
2.3 Kepuasan Konsumen	9
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	9
2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	10
2.3.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen	12
2.4 Kualitas Pelayanan	13

2.5 Kualitas Produk	16
2.5.1 Pengertian Kualitas Produk	16
2.5.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	18
2.6 Penelitian Terdahulu	20
2.7 Kerangka Konseptual	22
2.8 Hipotesis Penelitian	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel	24
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.3.1 Observasi	25
3.3.2 Kuisioner	25
3.4 Validitas dan Reliabilitas	25
3.4.1 Validitas	25
3.4.2 Reliabilitas	26
3.5 Evaluasi Ekonometri	27
3.5.1 Uji Normalitas	27
3.5.2 Uji Multikolonieritas	28
3.5.3 Uji Heteroskedastisitas	29
3.5.4 Uji Autokorelasi	29
3.6 Metode Analisi Data	30
3.6.1 Metode Analisis Deskriptif Persentase	30

3.6.2 Metode Analisis Regresi Linear Berganda	31
3.6.3 Koefisien Determinasi	33
3.7 Defenisi Operasional	33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL PENELITIAN	36
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	36
4.1.2 Perkembangan KFC	37
4.1.3 Struktur Organisasi KFC Cabang Veteran Padang ..	40
4.1.4 Gambaran Umum Responden Penelitian	43
4.1.4.1 Tingkat Pendidikan Responden	43
4.1.4.2 Pekerjaan Responden	44
4.1.4.3 Usia Responden	45
4.1.4.4 Jenis Kelamin Responden	46
4.2 PEMBAHASAN	47
4.2.1 Analisis Deskriptif Persentase Kualitas Pelayanan ...	47
4.2.2 Analisis Deskriptif Persentase Kualitas Produk	47
4.2.3 Analisis Deskriptif Persentase Kepuasan Konsumen	48
4.2.4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	49
4.2.4.1 Uji Validitas	49
4.2.4.2 Uji Reliabilitas	52
4.2.5 Uji Asumsi Klasik	56
4.2.5.1 Uji Normalitas	56
4.2.5.2 Uji Multikolonieritas	57
4.2.5.3 Uji Heteroskedastisitas	58

4.2.5.4 Uji Autokorelasi	59
4.2.6 Uji Regresi	60
4.2.7 Uji Hipotesis	62
4.2.7.1 Uji Parsial (Uji t)	62
4.2.7.2 Uji Simultan (Uji F)	64
4.2.8 Uji Determinasi (R^2)	64

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	19
3.1 Durbin Watson test	30
3.2 Defenisi Operasional	34
4.1 Distribusi Tingkat pendidikan responden	43
4.2 Distribusi Pekerjaan Responden	44
4.3 Distribusi Usia Responden	45
4.4 Distribusi Jenis Kelamin Responden	46
4.5 Distribusi Persepsi Responden Tentang Kualitas Pelayanan	47
4.6 Distribusi Persepsi Responden Tentang Kualitas Produk	48
4.7 Distribusi Persepsi Responden Tentang Kepuasan Konsumen ..	48
4.8 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)	50
4.9 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	51
4.10 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	51
4.11 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)	53
4.12 Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2)	54
4.13 Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)	55
4.14 Uji Normalitas	56
4.15 Uji Multikolonieritas	57
4.16 Uji Heteroskedastisitas	59
4.17 Uji Autokorelasi	60
4.18 Uji Regresi Linear Berganda	61
4.19 Uji Parsial (Uji t)	62
4.20 Uji Simultan (Uji F)	64
4.21 Uji Determinasi (R ²)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	23
4.1 Struktur Organisasi Robinson Supermarket	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Instrumen Penelitian (Kuisisioner)
Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden
Lampiran 3 : Hasil Penelitian
Lampiran 4 : Hasil Asumsi Klasik
Lampiran 5 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....
Lampiran 6 : Daftar Kegiatan Konsultasi Bimbingan Skripsi
Lampiran 7 : Surat Izin Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha restoran dewasa ini menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, terbukti semakin banyak restoran asing yang siap saji merambah diberbagai tempat. Hal tersebut mengidentifikasikan bahwa intensitas persaingan dalam restoran semakin kuat. Jenis restoran sepaerti ini umumnya berada di lokasi-lokasi yang strategis.

Sehingga persaingan ini mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya, konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang sisarankannya. Sebagai konsekuensinya setiap usaha penyediaan pelayanan jasa juga memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen.

Kualitas pelayanan ditentukan oleh konsumen sebagai pemakai jasa layanan tersebut. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasikan persepsi konsumen tetang layanan yang dibutuhkan dan diinginkan, kemudian disesuaikan dengan layanan yang akan disediakan oleh restoran. Dengan demikian restoran selalu berusaha menyediakan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga mencapai kepuasan konsumen.

Kualitas produk yang disediakan oleh perusahaan sangatlah penting sebab kualitas produk tersebut dapat memberikan kesan baik dan memberikan kepuasan

kepada konsumen yang menikmati KFC tersebut. Bila restoran dapat memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, konsumen akan merasa puas terhadap restoran. Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen di penuhi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang harapannya terpenuhi atas apa yang di konsumsinya. Untuk itu pihak penyedia produk maupun jasa yang akan dikonsumsi dan harga yang diberikan oleh restoran pun terjangkau oleh kalangan mana pun. Sehingga konsumen merasa suatu kepuasan tersendiri setelah berkunjung di restoran cepat saji tersebut.

Dalam perjalanannya, di KFC Cabang Veteran Padang ini tidak mengalami kendala yang berkaitan dengan kualitas Pelayanan atau pun Produknya. Namun disamping itu diketahui bahwa ternyata sebagian konsumen memberikan kritik dan saran terhadap produk dan pelayanannya serta mengeluhkan lokasi perkiran yang lumayan kecil. Sehingga hal ini menyebabkan pihak KFC Cabang Veteran Padang harus mewaspadaai adanya ketidakpuasan dari konsumen.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler, 2009:117). Kualitas produk itu sendiri merupakan kemampuan sebuah produk untuk menampilkan fungsinya dan itu termasuk keseluruhan Performance, realibility, durability, features dan conformance (Kotler, 2008:210).

Sementara restoran-restoran tradisional atau lokal yang bercirikan lambat dalam pelayanan, relative kalah bersaing dimana terdapat restoran cepat saji tersebut. jenis restoran cepat saji ini dikenal sebagai restoran *fastfood*.

Tampilan restoran semacam ini, mulai dari lokasi, jenis dan rasa makanan, penataan, sistem pelayanan, dan sebagainya membawa kesan bagi sebagian orang bahwa citra restoran tersebut mewah atau bergengsi. Sehingga bagi konsumen yang datang dan makan di restoran semacam ini. Sedikit tidak hanya dimanfaatkan untuk tempat makan saja, tetapi juga untuk tempat perayaan acara-acara ulang tahun, syukuran, dan sebagainya.

Peluang semacam ini telah dimanfaatkan oleh restoran untuk menyediakan model pelayanan jasa yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat sekitarnya. Di beberapa restoran semacam ini, kadang juga disediakan tempat khusus bagi anak-anak untuk bermain, agar tidak mengganggu orang yang sedang menikmati makanannya. Sehingga sangatlah wajar apabila di katakan bahwa variasi dan sistem pelayanan restoran *fastfood* pada kenyataannya relatif dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam proses pembelinya.

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007:123).

Hal ini seperti penelitian yang dilakukan oleh Bayu Hadyanto (2008:1) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Segmen pasar dan target pasar sasaran *fastfood* di Padang sebagian besar adalah pasar lokal dari semua golongan dan hanya sedikit tamu asing. Bagi tamu asing, tempat makan seperti ini biasanya merupakan pilihan terakhir dinegaranya, karena terkait dengan isu kesehatan. Kondisi persaingan tersebut menuntut kombinasi strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai pasar sasaran. Pasar sasaran *fastfood* meliputi pelanggan baru (calon pelanggan). Jadi peningkatan pangsa pasar memerlukan peningkatan volume yang relatif melebihi pesaing dengan mempertahankan pasar pelanggan sekarang dan merebut pasar pelanggan baru.

Oleh sebab itu, penelitian ini di batasi untuk konsumen restoran *fastfood* KFC yang berada di daerah Veteran Padang. Sehingga dengan dengan *fastfood* yang ada apakah KFC tetap memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang ***"Pengaruh kualitas Pelayanan dan kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus Konsumen KFC Cabang Veteran Padang)."***

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang?
2. Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen KFC C abang Veteran Padang?

3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang?
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang?

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan di harapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran berupa pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kepada manajemen, khusus nya manajemen KFC.
2. Bagi pihak akademik, penelitian ini di harapkan dapat memperkaya kepustakaan dan menyajikan informasi mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
3. Bagi penulis, di harapkan mampu menambah pengetahuan dan kepuasan konsumen *fastfood* dari kualitas pelayanan dan kualitas produk.
4. Bagi pihak luar, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam melaksanakan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Pemasaran

Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan marketing. Kata marketing ini boleh dikatakan sudah diserap ke dalam bahasa kita, namun juga diterjemahkan dengan istilah pemasaran. Asal kata pemasaran adalah pasar (market). Pengertian pemasaran sesungguhnya jauh lebih luas dibandingkan dengan penjualan maupun periklanan. Pemasaran menurut Kotler (2003:5) adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Dengan demikian kalau kita mendengar kata “pemasaran” berarti kita harus menghubungkan sebagian kegiatan sebagai kegiatan perusahaan seperti penjualan, perdagangan, distribusi, dan penetapan fungsi pemasaran sangat penting bagi kemajuan dan perkembangan perusahaan.

Pada dasarnya fungsi pemasaran adalah suatu proses pemasaran kegiatan yang sederhana dari barang sebelum produksi sampai dengan bagaimana supaya sampai di tangan konsumen yang dapat menghasilkan laba perusahaan atau paling tidak sampai kembalinya modal perusahaan (Kotler, 2008:6).

Di bawah ini pengertian dari beberapa para ahli pemasaran:

Kotler (2008:5) “Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial, itu sebuah proses kemasyarakatan dimana individu

dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Pemasaran mencakup kegiatan:

1. Menyelidiki dan mengetahui apa yang di inginkan.
2. Merencanakan dan mengembangkan sebuah produk/jasa yang memenuhi kebutuhan.
3. Kemudian memutuskan cara terbaik untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk dan jasa tersebut.

Dari beberapa defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses yang mencakup barang dan jasa serta gagasan berdasarkan penukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan bagi pihak yang terkait.

2.2. Pengertian Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran teknis terkendali yang di panduan perusahaan untuk menghasilkan respon yang di inginkan di pasar sasaran. (Kotler, 2008:62). Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Kemungkinan yang dapat dilakukan perusahaan itu dapat di golongan menjadi empat kelompok variabel.

Variabel-variabel tersebut dapat di kelompokkan menjadi empat kelompok utama yang dikenal dengan 4-P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat).

Secara garis besar keempat variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Produk (*Product*)

Defenisi produk menurut philip kotler (2002:448) “produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk di promosikan, dimiliki, digunakan atau di konsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.”

b. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah yang yang dikeluarkan untuk memperoleh produk dan jasa. Dalam arti luas harga adalah jumlah dari pertukaran nilai konsumen untuk keuntungan dari menggunakan produk dan jasa. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan keuntungan, sedangkan elemen lain menimbulkan biaya.

c. Distribusi (*Place*)

Distribusi merupakan kegiatan penyampaian produk dari produsen ketangan konsumen pada waktu yang tepat. Di dalam menentukan pemilihan saluran distribusi yang paling efektif untuk membina danmendekat kan para pembeli sehingga produk-produk sampai ke tangan konsumen.

d. Promosi(*Promotion*)

Promosi sebagai suatu variabel dari *marketing mix* yang penting di laksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya, dengan jalan mengiklankan atau kegiatan lain nya.

2.3. Kepuasan Konsumen

2.3.1. Pengertian kepuasan konsumen

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan nya dengan harapannya. Sedangkan konsumen adalah satu kebutuhan yang pasti dari semua kegiatan bisnis. Jadi tingakat kepuasan konsumen tergantung anggapan kinerja jasa dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Bila prestasi jasa jauh lebih rendah dibandingkan dengan harapan konsumen, maka pembelinya akan merasa puas dan akan membeli kembali apalagi didukung dengan merekomendasikan kepada orang lain mengenai pengalaman baik dengan jasa tersebut. Terdapat beberapa pengertian mengenai kepuasan pelanggan menurut para ahli pemasaran dalam memberikan pandangannya.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler, 2009 : 117). Kepuasan konsumen, dapat diukur dengan indikator: konsumen merasa puas dengan pelayanan pihak atau karyawan KFC Cabang Vetran Padang, dan konsumen merasa pihak atau karyawan KFC Cabang Veteran Padang memenuhi harapan. Sedangkan menurut Gaspersz (2011:131) secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan-kebutuhan, keinginan-keinginan, dan harapan-harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang di konsumsi.

Nurjanah (2010:16) menyatakan bahwa “pelanggan adalah boss, dimana perusahaan harus bisa melayaninya dengan baik yang dapat dilakukan setiap waktu, terjadi berulang kali, sehingga terjadi peningkatan usaha.” Menurut siri nurjanah kepuasan konsumen dapat di artikan :

- a. Konsumen akan datang kembali.
- b. Konsumen akan merekomendasikan kepa orang lain.
- c. Konsumen Menyakinkan Kepada Orang lain.

Dari defenisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dasarnya pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan dari terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dan konsumen nya menjadi harmonis.

2.3.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas *performace* produk dan jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Pelanggan merasa puas apabila harapan terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen lebih terpenuhi.

Menurut Irawan (2004:37) faktor-faktor yang pendorong kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan (*Service Quality*)

kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.

2. Harga (*Price*)

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value of money* yang tinggi.

3. Kualitas produk (*Product Quality*)

Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.

4. Faktor Emosional (*Emotional Factor*)

Konsumen akan merasa puas (bangga) karena adanya *emosional value* yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

5. Biaya dan kemudahan

Konsumen akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman, dan efisien dalam mempermudah produk atau pelayanan.

2.3.3. Pengukuran kepuasan konsumen

Untuk mengukur kepuasan konsumen (Kotler, 2004:38) mengemukakan berbagai cara yaitu sebagai berikut:

a. Sistem saran dan keluhan (*complaint and suggestion system*)

Organisasi yang terpusat kepada pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk beraksi dengan tanggap dan cepat untuk

mengatasi masalah-masalah yang timbul. Metode ini lebih fokus kepada identifikasi masalah dan pengumpulan data.

- b. *Survey* kepuasan konsumen (*customer satisfaction survey*) Melalui *survey* perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan. Hal ini sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan memberikan perhatian terhadap pelanggannya.

Dengan metode ini pengukuran kepuasan dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut :

- 1) Kepuasan yang dilaporkan secara langsung (*directly reported statisfication*) Melalui pertanyaan-pertanyaan dapat diukur tingkat kepuasannya secara langsung.
- 2) Ketidakpuasan pelanggan (*derived disafication*) Pelanggan diminta untuk menilai kualitas pelayanan dan menanyakan kepada mereka bagaimana yang seharusnya.
- 3) Analisa masalah (*problem analisa*) Dengan menanyakan apa yang terjadi masalah bagi para pelanggan dalam mendapatkan pelayanan sekaligus meminta saran mereka untuk tindakan korektif.
- 4) Pentingnya analisa kemampuan (*importance-performance analisa*) Respon diminta untuk meranking sebagai elemen dan seberapa baik perusahaan dalam masing-masing elemen.
- 5) Pembeli bayangan (*ghost shopping*) Perusahaan dapat mempekerjakan orang-orang untuk berpura-pura menjadi pembeli potensial untuk

melaporkan hasil penemuan terhadap titik kekuatan dan kelemahan ketika membeli produk perusahaan itu sendiri maupun produk pesaing.

- 6) Analisa hilang konsumen (*cost customer analysa*) Perusahaan seharusnya menghubungi pelanggan yang pindah ke perusahaan lain, untuk mengetahui mengapa hal itu terjadi. Perusahaan hanya perlu mencari tahu ketika pelanggan mulai berhenti membeli suatu produk perusahaan jika tingkat ini meningkat berarti perusahaan tidak memuaskan pelanggan.

2.4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan suatu perusahaan haruslah terus dipertahankan dan ditingkatkan karena pelanggan mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang mereka harapkan sehingga pelanggan akan puas terhadap perusahaan jasa tersebut. Defenisi kualitas sendiri menurut Kotler (2009 : 169) adalah “ *quality is the totality of features and characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.* ” Dan penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa kualitas adalah keseluruhan dari fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang memilih kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Kualitas pelayanan dapat di artikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007:123).

Zeithaml (2009:104) mengungkapkan ada lima faktor yang paling dominan atau penentu kualitas jasa dari konsep SERVQUAL, yaitu :

- 1) *Tangible* (Berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Oleh karena itu, penting nya bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang terlalu tinggi. Hal ini meliputi personil lingkungan fisik seperti exterior dan interior bangunan, penampilan, personil yang rapi dan menarik saat memberikan jasa. Contohnya, dalam jasa restoran, maka karyawan nya memakai seragam yang rapi dan seluruh peralatan makan seperti meja dan kursi tertata dengan rapi dan bersih.
- 2) *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang di janjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keadalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah dan harga. Apabila dikaitkan dengan bidang usaha jasa restoran, maka karyawan yang handal adalah karyawan yang selalu tepat menyajikan menu makan sesuai dengan pesanan pelanggan.
- 3) *Responsiveness* (Daya tahan), yaitu kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Bila di kaitkan dalam

bidang jasa restoran maka sebagai contohnya konsumen tidak harus menunggu pelayanan yang lama dan kecepatan dalam menangani keluhan dari konsumen.

- 4) *Assurance* (Kepastian), yaitu pelanggan, span santun, dan kemampuan akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi dimana pelanggan akan merasa aman dan terjamin. Contohnya seperti bank, asuransi, obat-obatan dan broker.
- 5) *Empathy* (Empati), yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dipahami.

2.5. Kualitas Produk

2.5.1. Pengertian kualitas produk

Pada hakekatnya seseorang membeli produk bukan hanya sekedar ia ingin memiliki produk. Para konsumen membeli barang atau jasa karena barang atau jasa tersebut dipergunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Menurut Kotler (2008:210) arti kualitas produk adalah: “kemampuan sebuah produk untuk menampilkan fungsinya dan itu termasuk keseluruhan performance, reliabilitas, durability, features dan conformance.” Sedangkan dimensi kualitas produk Menurut Gaspersz (2005 dalam alma, 2011), yaitu:

- a. *Performance*, yaitu mutu kerja yang berkaitan dengan aspek fungsional, sebuah barang dan merupakan karakteristik utama bagi pelanggan

dalam membeli barang tersebut. sebagai contoh, kemudahan dan kayakina dalam menggunakan produk tersebut.

- b. *Features*, yaitu aspek performasi berguna untuk menambahkan fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan produk dan pengembangannya fitur merupakan karakteristik pelengkap dan untuk menarik konsumen.
- c. *Realibility*, yaitu hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsingnya setiap kali digunakan atau dikonsumsi dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula. Sebagai contoh, handphone yang sering macet dan eror.
- d. *Conformance*, konfirmasi merefleksi ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, suatu produk dituntut untuk tidak adanya kecacatan dalam produk.
- e. *Durability*, suatu refleksi unsur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
- f. *Serviceability*, yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan kompetensi kemudahan, dan kurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.

- g. *Aesthetics*, yaitu karakteristik yang bersifat subjektif mengenai nilai-nilai estetika, seperti bagaimana penampilan produk dilihat dari tampak, rasa, dan bentuk dari produk.

Mc Charty dan Perreault (2003:107) mengemukakan bahwa, “produk merupakan hasil dari produksi yang akan dilemparkan kepada konsumen untuk didistribusikan dan dimanfaatkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.”

Dengan melihat defenisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, diman suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah di tentukan, dan kualitas merupakn kondisi yang selalu berubah.

2.5.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk

Dalam hal mutu suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan kadang mengalami keragaman. Hal ini disebabkan oleh mutu suatu produk itu dipengaruhi oleh beberapa faktor, dimana faktor-faktor ini akan dapat menentukan bahwa suatu produk dapat memenuhi standar yang telah ditentukan atau tidak, faktor-faktor tersebut antara lain:

a. **Manusia**

Peranan manusia atau karyawan yang bertugas dalam perusahaan akan sangat mempengaruhi secara langsung terhadap baik buruknya, mutu dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Maka aspek manusia mendapat perhatian yang cukup. Perhatian tersebut dengan

mengadakan latihan-latihan pemberian motivasi, pekerjaan jamsostek, kesejahteraan dan lain-lain.

b. Manajemen

Tanggung jawab atas mutu produksi dalam perusahaan dibebankan kepada beberapa kelompok yang biasa disebut dengan function group. Dalam hal ini pimpinan harus melakukan koordinasi yang baik antara function group dengan bagian-bagian lainnya dalam perusahaan tersebut. Dengan adanya koordinasi tersebut maka dapat tercapai suasana kerja yang baik dan harmonis serta menghindari adanya kekacauan dalam pekerjaan. Keadaan ini meningkatkan mutu dari produk yang dihasilkan.

c. Uang

Perusahaan harus menyediakan uang yang cukup untuk mempertahankan atau meningkatkan mutu produknya. Misalnya, untuk perawatan dan perbaikan mesin atau peratan produksi, perbaikan produk yang rusak, dan lain-lain.

d. Bahan baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan akan mempengaruhi terhadap mutu produk yang dihasilkan suatu perusahaan. Untuk itu pengendalian mutu bahan baku menjadi hal yang sangat penting dalam hal bahan baku, perusahaan harus beberapa hal antara lain: seleksi sumber dari bahan baku, pemeriksaan konsumen pembelian, pemeriksaan penerimaan bahan baku, serta penyimpanan.

Hal-hal yang kan digunakan untuk proses produksi berkualitas rendah dapat ditekan sekecil mungkin.

e. Mesin dan peralatan

Mesin serta peralatan yang digunakan dalam proses produksi akan mempengaruhi terhadap mutu produk yang dihasilkan perusahaan. Peralatan yang berkurang lengkap serta mesin yang sudah kuno dan tidak ekonomis dan menyebabkan rendahnya mutu dan produk yang dihasilkan, serta tingkat efisiensi yang rendah. Akibatnya biaya produksi menjadi tinggi. Sedangkan, produk yang dihasilkan kemungkinan tidak akan laku dipasarkan. Hal ini akan mengakibatkan perusahaan tidak dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, yang menggunakan mesin dan peralatan yang otomatis.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka menyusun skripsi ini. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang akan mengarahkan penelitian ini diantaranya yaitu :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Mery Cristy (2014)	“Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di KFC jember”	Dependen Kepuasan konsumen (Y)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan

			<p>Independen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk (X1) 2. Kualitas pelayanan (X2) 	<p>kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan, baik secara simultan maupun parsial.</p>
2	Melinda Wulandari (2015)	<p>“ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pengalaman Pemasaran dan Lokasi Terhadap Kepuasan konsumen” (Study Kasus Konsumen KFC Cabang Gapek Tangerang Selatan)</p>	<p>Dependen</p> <p>Kepuasan konsumen (y)</p> <p>Independen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan(X1) 2. Kualitas produk (X2) 3. Pengalaman Pemasaran (X3) 4. Lokasi (X4) 	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, Pengalaman Pemasaran dan lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan atau parsial.</p>

3	Melissa Tamuwijaya (2013)	“Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PIPOP COPY”	<p>Dependen</p> <p>Kepuasan konsumen (Y)</p> <p>Independen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualiatas pelayanan (X1) 2. Kualitas produk (X2) 	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PIPOP COPY, baik secara simultan atau parsial.</p>
4	Bayu Hadyanto Mulyono (2008)	“Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen” (study kasus pada perumahan puri mediterania semarang)	<p>Dependen</p> <p>Kepuasan konsumen (Y)</p> <p>Independen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk (X1) 2. Kualitas pelayanan (X2) 	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,548, sedangkan pengaruh kualitas</p>

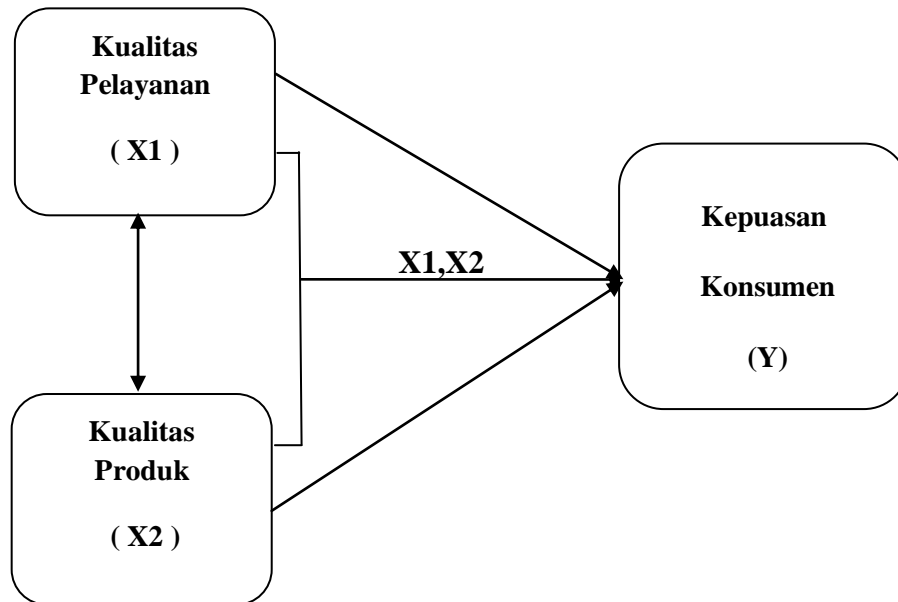
				<p>pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,381. Kualitas produk adalah variabel yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dari pada kualitas pelayanan.</p>
--	--	--	--	---

2.7 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran merupakan sebuah sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran secara sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan Abdul Hamid, (2007:27).

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel. Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenan dua variabel atau lebih Sugiyono, (2008:88).

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



2.8. Hipotesis Penelitian

1. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen di KFC Cabang Veteran Padang.
2. Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen di KFC Cabang Veteran Padang.
3. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen di KFC Cabang Veteran Padang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Januari 2017 , tempat penelitian di KFC Veteran Jln. Veteran No.7 B Padang.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:115), populasi adalah wilayah generalis yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang saat itu di jumpai pernahmelakukan pembelian dan mengkonsumsi *fastfood* KFC Cabang Veteran Padang.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2002 : 109). Dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu sampel yang dipakai siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai (Usman, 2000: 47) sehingga sampel dalam penelitian ini merupakan para konsumen yang saat itu di jumpai yang pernah melakukan pembelian dan mengkonsumsi *fastfood* KFC Cabang Veteran Padangyang telah lebih dari satu kali. Sampel yang ada dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden, dimana responden ini merupakan

konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi Makanan *fastfood* KFC dan telah mencapai taraf yang di butuhkan peneliti seperti menurut usia, pendidikan, jenis kelamin, dan pekerjaan.

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Observasi

Observasi yaitu pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian dalam hal ini adalah para konsumen yang pernah Melakukan Pembelian dan Mengonsumsi *fastfood* KFC Cabang Veteran Padang.

3.3.2. Kuisisioner (angket)

Metode angket adalah metode yang menggunakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal – hal yang ia ketahui (Arikunto, 2002 : 126).

3.4. Validitas dan Reliabilitas

3.4.1. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahan suatu instrumen (Arikunto, 2002 : 144). Dalam penelitian ini uji validitas yang di gunakan adalah validitas internal. Validitas internal adalah validitas yang di capai apabila terdapat kesesuaian antara bagian-bagian instrumen dengan instrumen secara keseluruhan (Arikunto, 2002 : 147).

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisa butir soal. Adapun cara pengukuran analisa butir tersebut adalah dengan cara skor-skor yang ada

pada butir dikorelasikan dengan skor total dengan menggunakan rumus korelasi product moment dari pearson yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

N = Jumlah subyek / responden

X = nilai skor butir/ nilai skor tertentu

Y = nilai skor total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat nilai Y (Arikunto,2002 : 146)

3.4.2. Reliabilitas

Menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2002 : 154).

Pada penelitian ini untuk mencari reliabilitas instrumen menggunakan Alpha, karena instrumen dalam penelitian ini berbentuk angket yang skornya merupakan rentangan antara 1 sampai 5 dan uji validitas menggunakan item total. Seperti yang di kemukakan Arikunto (2002 : 171) bahwa untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal untuk uraian maka menggunakan rumus Alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

K = banyaknya butir pertanyaan/ banyaknya soal

σb^2 = banyaknya varian butir

σt^2 = varian soal

Untuk mencari varian tiap butir digunakan rumus :

$$\sigma^2 = \frac{\sum(x)^2 - \frac{\sum(x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

σ^2 = varian tiap butir

X = jumlah skor butir

N = jumlah responden (Arikunto, 2002 : 171)

3.5. Evaluasi Ekonometri

Evaluasi ekonometri dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini memenuhi asumsi klasik atau tidak. Apabila dalam suatu model telah memenuhi asumsi klasik tersebut maka dapat dikatakan model tersebut sebagai model yang ideal, dalam ekonometrika disebut BLUE (Best Linier Unbiased Estimator). Untuk menguji apakah model yang digunakan dapat diterima secara ekonometrik dan apakah estimator yang diperoleh dengan metode kuadrat kecil sudah memenuhi syarat BLUE maka dilakukan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

3.5.1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali, (2006) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi tidak

normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan statistik p-p plot. Alat uji ini bisa disebut dengan K-S yang tersedia dalam program SPSS 15.00 for windows. Kriteria yang digunakan dalam tes ini adalah dengan membandingkan antara tingkat signifikan yang didapat dengan tingkat alpha yang digunakan, dimana data tersebut dikatakan berdistribusi normal bila $sig > \alpha$.

3.5.2. Uji Multikolinieritas

Salah satu asumsi klasik adalah terjadinya multikolinieritas di antara variabel-variabel bebas yang berada dalam satu model, artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna. Menurut Algifari (2000:84), apabila hal ini terjadi berarti antara variabel bebas itu sendiri saling berkorelasi, sehingga dalam hal ini sulit diketahui variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Salah satu cara untuk mendeteksi multikolinieritas ini dilakukan dengan meregresikan antar variabel dan apabila korelasinya signifikan maka antara variabel bebas tersebut terjadi multikolinieritas.

Menurut Ghozali, (2006) uji multikolinieritas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *variance inflation (VIF)*. Jika ada *tolerance* lebih dari 10 % atau VIF kurang dari 10 % maka dikatakan tidak ada multikolinieritas.

3.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, (2006) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji gleser. Metode ini dilakukan dengan meregresi nilai Absolut Residual (AbUt) terhadap variabel bebas. Jika tidak ada satupun variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut residual maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu. Untuk menguji autokorelasi ini digunakan metode Durbin Watson dengan rumus sebagai berikut:

$$d = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Untuk mendiagnosis adanya otokorelasi atau tidak dalam suatu model regresi dilakukan melalui pengujian terhadap nilai Uji Durbin Watson (Uji DW).

Tabel 3.1
Durbin watson test

Hasil perhitungan	Klasifikasi
Kurang dari 1,08	Ada otokorelasi
1,08 – 1,66	Tanpa kesimpulan
1,66 – 2,34	Tidak ada otokorelasi
2,34 – 2,92	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 2,92	Ada otokorelasi

(Algifari,2000:89)

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Metode Analisis Deskriptif Persentase.

Metode analisis deskriptif persentase ini digunakan untuk mengkaji variabel–variabel yang ada dalam penelitian. Dengan demikian dapat diketahui persentase kualitas pelayanan dan kualitas terhadap kepuasan konsumen. Untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, variabel kualitas produk dan variabel kepuasan konsumen dilakukan dengan memberikan skor dari jawaban angket yang diisi oleh responden dengan ketentuan sebagai berikut :

- A. Untuk jawaban Sangat setuju (SS) di beri skor 3
- B. Untuk jawaban Setuju (S) di beri skor 2
- C. Untuk jawaban Tidak setuju (TS) di beri skor 1

Perhitungan indeks presentase dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\% = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

n = Nilai yang diperoleh

N = Jumlah seluruh nilai

% = Persentase yang di peroleh

3.6.2. Metode Analisis Regresi Berganda

Penggunaan model analisis ini dengan alasan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) selain itu juga ingin mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikatnya baik secara bersama-sama maupun secara parsial.

Spesifikasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = b_0 + b_1.X_1 + b_2. X_2 + e$$

Keterangan :

Y= Variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen

b₀ = konstanta

b₁,b₂ = Koefisien Regresi

X₁= Variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan

X₂= Variabel independen yaitu Kualitas Produk

e= standar error

Menganalisis data dengan regresi linear berganda menggunakan *software* SPSS 15,0 dengan menggunakan SPSS untuk regresi berganda maka akan diperoleh hasil estimasi regresi. Hasil dari olah data inilah yang akan dideskripsikan atau digambarkan dalam pembahasan hasil. Untuk mengetahui apakah suatu persamaan regresi yang di hasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen di perlukan pembuktian terhadap kebenaran hipotesis.

Pembuktian kebenaran hipotesis di lakukan dengan dua cara pengujian, yaitu:

a. Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji pemaknaan koefisien regresi parsial digunakan uji t.

Nilai t hitung dapat ditentukan dengan formula :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

keterangan :

r = koefisien korelasi

n = banyaknya sampel (Alghifari,2000 : 57).

Apabila t hitung > t tabel maka Ho ditolak dengan demikian variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat yang ada dalam model. Sebaliknya apabila t hitung < t tabel maka Ho diterima. Dengan demikian variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikatnya atau dengan kata lain tidak ada pengaruh diantara 2 variabel yang diuji.

b. Uji Simultan (Uji F)

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis di gunakan uji F yaitu untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel bebas yang di gunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Nilai F hitung dapat ditentukan dengan formula:

$$F_{reg} = \frac{R^2(n-m-1)}{m(1-R^2)}$$

Keterangan :

r^2 = koefisien determinasi

n = banyaknya sampel

m = banyaknya variabel

Selain melakukan pembuktian dengan uji F dan uji t, perlu juga dicari besarnya koefisien determinasi (r^2) parsialnya untuk masing-masing variabel bebas.

3.6.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah satu dikurangi rasio antara besarnya deviasi nilai Y observasi dari rata-ratanya. Atau secara matematis dapat ditulis sebagai berikut :

$$r^2 = 1 - \frac{\sum(Y - \hat{Y})}{\sum(Y - \bar{Y})}$$

Keterangan :

r^2 = besarnya koefisien determinasi

Y = nilai variabel Y

\hat{Y} = nilai estimasi Y

\bar{Y} = nilai rata-rata variabel Y (Alghifari, 2000 : 48).

Menghitung r^2 digunakan untuk mengetahui sejauh mana sumbangan dari masing-masing variabel bebas. Jika variabel lainnya konstan terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai r^2 maka semakin besar variasi sumbangannya terhadap variabel terikat.

3.7. Defenisi Operasional Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi 2 variabel bebas (indenpenden) dan 1 variabel terikat (denpenden), yaitu :

1) Variabel bebas (X):

(X1) = Kualitas Pelayanan

(X2) = Kualitas Produk

2) Variabel terikat (Y)

(Y) = Kepuasan Konsumen

Tabel 3.1.
Defenisi Operasional Penelitian

Variabel	Defenisi	Sub Variabel	Indikator	skala
Kualitas pelayanan (X1)	Menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatannya dalam mengimbangi harapan konsumen.	a. Tangible	a. (1). Melayani dengan propesional	Likert
		b. Reliability	b. (2). Pelayanan dapat diandalkan b. (3). Pelayan Melayani dengan baik	
		c. Responsiveness	c. (4.) Pelayana yang tepat untuk konsumen c. (5). Kesiediaan untuk membantu konsumen	
		d. Assurance	d. (6). Memberikan pelayanan yang baik tanpa membedakan konsumen d. (7).Memiliki kemampuan dalam menjawab pertanyaan konsumen.	
		e. Empaty	e. (8). Memberikan perhatian kepada konsumen.	
	Menurut Kotler (2008) Kualitas Produk merupakan kemampuan	a. Performance	a.(1). Menu makanan yang sesuai dengan harapan	

Kualitas produk (X2)	sebuah produk untuk menampilkan fungsinya dan itu termasuk keseluruhan performance, reliabilitas, durability, features dan conformance.	b. Feature	b.(2). Jenis makanan yang beragam	Likert
		c. Reability	c.(3). Rasa yang diberikan oleh KFC	
		d. Conformance	d.(4). Porsi yang diberikan sesuai dengan standar konsumen.	
		e. Durability	e.(5). Daya tahan rasa yang diberikan KFC	
		f. Serviceability	f.(6). Kemudahan dalam memesan produk	
		g. Aesthetics	g.(7). Tampilan yang menarik konsumen	
		Kepuasan konsumen (Y)	Menurut Gaspersz (2011) Kepuasan Konsumen Merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan-kebutuhan, keinginan-keinginan dan harapan-harapan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.	
b. Merekomendasikan kepada orang lain	b. (2). Konsumen Merekomendasikan produk KFC kepada orang lain			
c. Meyakinkan kepada orang lain	c. (3). Konsumen meyakinkan produk kepada orang lain.			

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL PENELITIAN

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

KFC indonesia PT. Fastfood indonesia Tbk. Adalah pemilik tunggal waralaba KFC di indonesia, didirikan oleh Gelael Group pada tahun 1978 sebagai pihak pertama yang memperoleh waralaba KFC untuk indonesia. Perseroan mengawali operasi restoran pertamanya pada bulan oktober 1979 di jalan melawai, jakarta, dan telah memperoleh kesuksesan. Kesuksesan outlet ini kemudian di ikuti dengan pembukaan outlet-outlet selanjutnya di jakarta dan diperluas area cakupannya hingga ke kota-kota lain di indonesia, antara lain Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar dan Manado. (<http://kfcindonesia.kfcku.com/lists/sejarah-kfc>)

Keberhasilan yang terus diraih dalam pengembangan merek menjadikan KFC sebagai bisnis waralaba cepat saji yang dikenal luas dan dominan di indonesia. Bergabungnya Salim Group sebagai pemegang saham utama telah meningkatkan pengembangan perseroan pada tahun 1990, dan pada tahun 1993 terdaftar sebagai emiten di bursa efek jakarta sebagai langkah untuk semakin mendorong pertumbuhannya. Kepemilikan saham mayoritas pada saat ini adalah 79,6% dengan mendistribusikan 43,8% kepada PT Gelael Pratama dan Gelael Group, dan 35,8% kepada PT Megah Eraraharja dari Salim group, sementara saham minoritas (20,4%) didistribusikan kepada publik dan koperasi.

Perseroan memperoleh hak waralaba KFC dari Yum! Restaurant Internasional (YRI), sebuah badan usaha milik Yum! Brands Inc., yaitu sebuah perusahaan publik di Amerika Serikat yang juga pemilik waralaba dari empat merek lainnya, yakni Pizza hut, Taco Bell, A&W, dan Long Jhon Silvers. Lima merek yang bernaung dibawah satu kepemilikan yang sama ini telah memproklamkan Yum! Group sebagai Fastfood Chain terbesar atau kepemimpinannya dalam bisnis-bisnis multi-branding. Untuk kategori produk daging ayam cepat saji, KFC tak terkalahkan.

<http://erikadityanugraha.blogspot.com/2013/11/sejarah-kfc.html>

4.1.2 Perkembangan KFC

Memasuki 28 tahun keberhasilan perseroan dalam membangun pertumbuhannya posisi KFC sebagai pemimpin pasar restoran cepat saji tidak digunakan lagi. Untuk mempertahankan kepemimpinan, perseroan terus memperluas area cakupan restoran nya dan hadir di berbagai kota kabupaten tanpa mengabaikan pembukaan persiangan ketat di kota-kota metropolitan. Perseroan baru saja meresmikan pembukaan outlet KFC yang ke 300 di Cireundeu pada bulan oktober 2007, bertepatan pada bulan yang sama ulang tahun KFC indonesia yang ke-28.

Perseroan mengakhiri tahun 2007 dengan total 307 outlet termasuk mobile catering yang tersebar di 78 kota diseluruh indonesia, mempekerjakan total 11.835 karyawan dengan hasil penjualan tahunan di atas Rp. 1,590 triliun.

Produk unggulan perseroan, ‘Colonel’s Original Recipe dan Hot & Crispy, tetap merupakan ayam goreng paling lezat berdasarkan berbagai survei konsumen di Indonesia. Sebagai produk unggulan lainnya, dalam beberapa tahun ini perseroan juga menawarkan Colonel Burger, Crispy Strips, Twister, dan yang baru-baru ini di luncurkan, Colonel Yakiniku. Selain produk unggulan ini, KFC juga memenuhi selera lokal dengan menu pilihan lain seperti perkedel, nasi, salad, dan sup KFC.

Untuk memberikan produk bernilai tambah kepada konsumen, berbagai menu kombinasi hemat dan bermutu seperti Super Panas dan KFC Attack terus ditawarkan. Perseroan juga meluncurkan “Goceng”, yakni beberapa varian menu seharga Rp. 5000, untuk semakin menghadirkan penawaran bernilai tambah kepada konsumen dan memberikan sesuatu yang berbeda dari merek KFC.

Perseroan senantiasa memonitor posisi pasar dan nilai KFC secara keseluruhan mengevaluasi berbagai masukan dari konsumen untuk meningkatkan kualitas layanan, produk, dan fasilitas yang tersedia di KFC. Semua informasi ini di peroleh melalui survei rutin yang disebut Brand Image Tracking Study (BITS) dan Champs Management System (CMS), yang dilakukan oleh perusahaan survei independen. BITS adalah survei untuk mengetahui persepsi konsumen dan brand image KFC sebagai acuan dari merek utama lainnya di bisnis restoran cepat saji. Hasil BITS menunjukkan bahwa konsumen untuk “Top Of Mind Awareness”, di bandingkan dengan merek utamanya lainnya. CMS adalah survei untuk menilai langsung kualitas pelayanan, produk dan fasilitas yang tersedia di KFC, di bandingkan dengan yang di harapkan.

Perseroan dalam pertumbuhan penjualan same store menjadikannya salah satu KFC Franchise market terbaik di Asia dengan pertumbuhan rata-rata 8,5%. Pada tahun 2007 dan akan terus mempertahankan posisi ini. Pengembangan merek dan kontinuitas melalui strategi pemasaran yang inovatif, keunggulan operasional, dan pertumbuhan dua digit yang konsisten dalam penjualan dan pengembangan restoran, telah menganugerahi perseroan berbagai penghargaan dari Asia Franchise Business lihat dari Yum! Restaurant Internasional. Perseroan berkomitmen tinggi untuk mempertahankan visi kepemimpinan dalam industri restoran cepat saji, dengan terus memberikan kepuasan 'Yum!' di wajah konsumen.

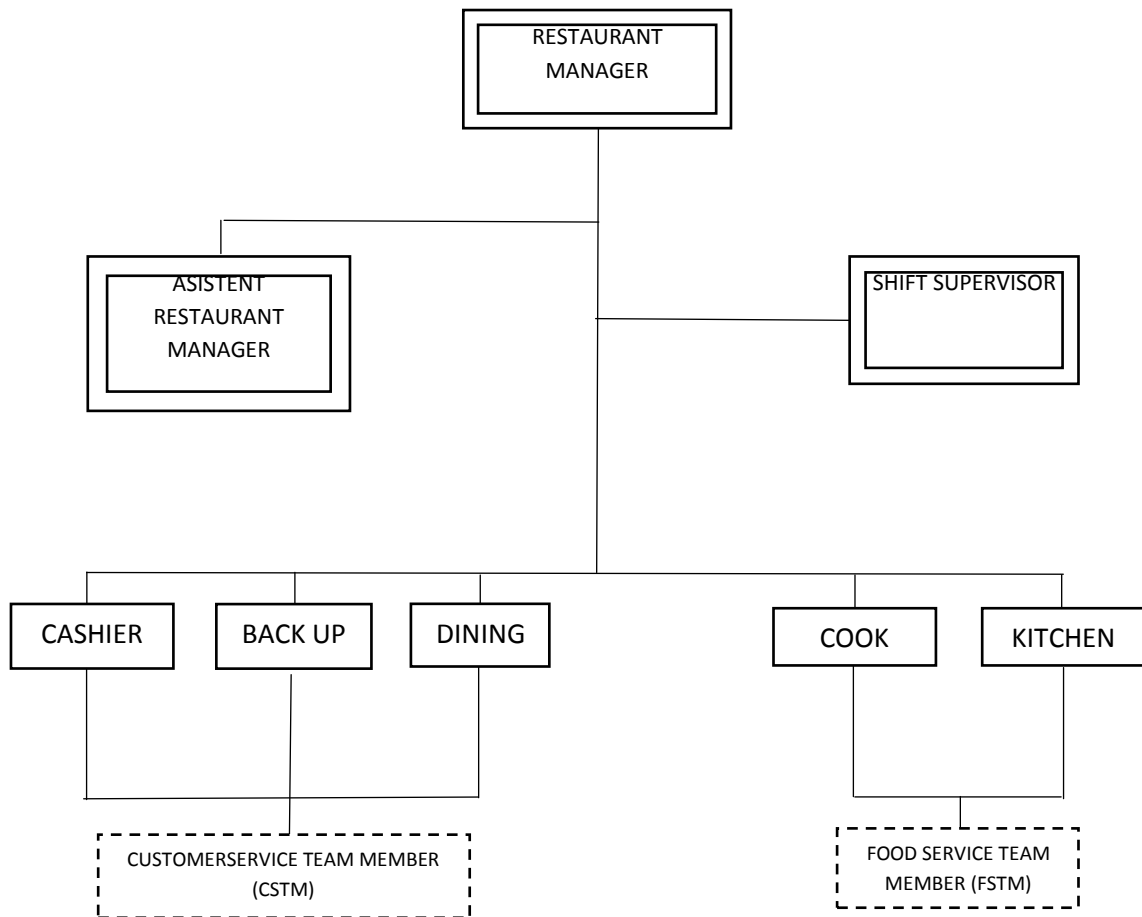
Dukungan dari para pemegang saham, keahlian manajemen yang terbina baik, dedikasi dan kualitas karyawan, dan yang penting adalah kontinuitas kunjungan konsumen, memastikan perseroan dapat mencapai visi ini. Perseroan percaya bahwa dengan menciptakan dan mengembangkan budaya yang mendalam dan kuat dimana setiap karyawan memberikan perbedaan, menghidupkan 'Customer and Sales Mania' di restoran-restoran KFC memberikan perbedaan merek KFC yang sangat kompetitif, menjalin kesinambungan proses dan hubungan antar karyawan, dan meraih hasil-hasil yang konsisten, akan secara pasti membangun KFC bukan saja menjadi merek yang paling digemari di Indonesia, juga sebagai sebuah perusahaan yang hebat.

4.1.3 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi KFC Veteran Padang adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1

Struktur organisasi KFC Veteran Padang



Adapun tugas-tugas untuk masing-masing bagian adalah:

1. Restaurant Manager
 - a. Melaksanakan pencapaian target penjualan.
 - b. Mengawasi dan mengontrol seluruh kegiatan kerja restoran.
 - c. Memberikan pelatihan kepada karyawan.
 - d. Menjaga, memelihara , meningkatkan image perusahaan.
 - e. Bertanggungjawab terhadap jalannya operasi restoran.

2. Assistent Restaurant Manager

- a. Membantu pelaksanaan pencapaian target penjualan.
- b. Membantu mengawasi dan mengontrol seluruh kegiatan kerja restoran.
- c. Membantu pelatihan kepada karyawan.
- d. Membantu menjaga, memelihara, meningkatkan citra perusahaan.
- e. Bertanggungjawab terhadap jalannya operasi perusahaan.

3. Shift Supervisor

- a. Mengatur kerjanya para bawahannya (staf).
- b. Membuat job deskriptions untuk staf bawahannya.
- c. Bertanggungjawab atas hasil kerja staf.
- d. Memberi motivasi kerja kepada staf bawahannya.
- e. Membuat jadwal kegiatan kerja untuk karyawan.
- f. Memberikan breafing bersama staf.
- g. Membuat pekrjaan harian, mingguan, bulanan, dan tahunan.

4. Bagian cashier

- a. Mengawasi pelaksanaan setiap kegiatan kerja bagian penjualan.
- b. Membantu jalannya operasional perusahaan.
- c. Mendata setiap menu makanan yang dijual.
- d. Melakukan penyetoran uang pendapatan restoran kepada kepala bank.
- e. Melayani tamu yang memesan menu makanan.
- f. Melaksanakan penawaran produk makanan.
- g. Menghitung dan menyetor uang dari hasil transaksi.
- h. Menjaga dan membersihkan sekitarnya.

5. Bagian Backup

- a. Membantu cashier dalam persiapan produk setiap pesanan dari tamu.
- b. Melaksanakan pemasakan produk makanan.
- c. Menghidupkan, mematikan dan membersihkan peralatan masak, pendingin.
- d. Menjaga dan membersihkan sekitarnya.

6. Bagian Dining

- a. Membersihkan meja makan tamu setelah selesai makan.
- b. Menjaga dan memelihara kebersihan seluruh area restoran serta perlengkapan.
- c. Membantu tamu membawakan produk makanan kemeja, bila dibutuhkan.
- d. Membantu tamu membawakan pesanan produk makanan yang jumlah besar menuju kendaraan.

7. Bagian Cook

- a. Melaksanakan penggorengan dan pemasakan produk makanan.
- b. Mencatat setiap pemasakan, penggorengan produk makanan dan penerimaan bahan baku.
- c. Menghidupkan dan membersihkan peralatan masak.
- d. Menjaga dan membersihkan kebersihan sekitarnya.

8. Kitchen

- a. Membantu pekerjaan bagian cook.
- b. Melaksanakan, membersihkan peralatan masak dan peralatan makan tamu.

- c. Menghidupkan dan membersihkan peralatan masak.
 - d. Menjaga dan membersihkan kebersihan sekitarnya.
9. Customer Service Team Member dan Food Service Team Member (CSTM dan FSTM).

Membantu restaurant manager dan assistent manager dalam menjalankan operasi restoran baik dalam pembuatan produk, pelayanan tamu merupakan tingkat operasional paling bawah, bertanggung jawab kepada restaurant manager.

4.1.4 Gambaran Umum Responden Penelitian

Responden sampel penelitian ini sebanyak 100 konsumen dari populasi yang tidak terbatas. Dari pengumpulan data yang di laksanakan pada tanggal 06 sampai 10 januari 2017. Hasil penelitian dapat di diskripsikan sebagai berikut:

4.1.4.1 Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan di peroleh data tentang tingkat pendidikan responden KFC Veteran Padang. Data tersebut dapat di lihat pada tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4.1
Distribusi Tingkat Pendidikan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTP	5	5,0	5,0	47,0
	SLTA	42	42,0	42,0	95,0
	P.Tinggi	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Quisioner Penelitian Diolah

Tabel 4.1 Menunjukkan bahwa konsumen KFC Cabang Veteran Padang paling sedikit berpendidikan SLTP dimana dengan persentase sebesar 5 %,

sedangkan yang paling banyak adalah perguruan tinggi dengan persentase sebesar 53 %. Tingginya tingkat pendidikan terkait dengan lokasi, yang berada dekat dengan keramaian dimana terdapat banyak bangunan (kantor) yang menyediakan tenaga kerja serta dekatnya dengan kampus. Sehingga sebagian besar konsumen berasal dari pegawai dan mahasiswa yang bekerja di kantor dan kuliah.

4.1.4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan di peroleh data tentang pekerjaan responden. Data tersebut dapat di lihat pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2
Distribusi Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar	6	6,0	6,0	6,0
Mahasiswa	27	27,0	27,0	27,0
Ibu Rumah Tangga	20	20,0	20,0	20,0
PNS	23	23,0	23,0	47,0
Pegawai Swasta	24	24,0	24,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Quisioner Penelitian Diolah

Tabel 4.2 Menunjukkan bahwa konsumen KFC Cabang Veteran Padang yang paling banyak adalah responden dengan pekerjaan seorang Mahasiswa 27 responden yang mana memiliki persentase sebesar 27%, dengan kata lain terbukti bahwa umumnya konsumen yang datang ke KFC Cabang Veteran Padang tersebut adalah kalangan mahasiswa. Dimana mereka senang berkumpul bersama teman-temannya dengan suasana tempat yang nyaman untuk berkumpul sambil menikmati hidangan yang telah ada di KFC tersebut.

4.1.4.3 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan di peroleh data tentang usia responden. Data tersebut dapat di lihat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4.3
Distribusi Usia responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<19	23	23,0	23,0	23,0
	19-25	50	50,0	50,0	73,0
	25-30	20	20,0	20,0	4,0
	>30	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Quisioner Penelitian Diolah

Dari table 4.3 di ketahui bahwa jumlah respoden berdasarkan jenis usia < 18 tahun terdiri dari 23 orang dengan presentase 23% dari 100 orang responden. Sedangkan jumlah respoden berdasarkan usia 19-25 tahun sebanyak 50 orang dengan presentase 50% dan jumlah respoden berdasarkan usi 25-30 tahun sebanyak 20 orang denga presentase 20%. Dan juga dengan usia > 30 tahun sebanyak 8 orang dengan presentase 8%. Fasfood KFC Cabang Veteran Padang ini sebuah restoran yang dimana memberikan berbagai jenis menu makan yang menarik bagi konsumen berbagai usia, sebab KFC memberikan pelayanan dan produk makanan yang sangat memuaskan konsumen, dan dilihat dari table di atas respoden yang berusia 19-25 tahun lebih banyak dikarekan pada usia tersebut mereka masih banyak waktu untuk berkumpul bersama dengan teman-temannya untuk menikmati menu makanan yang sanagat menarik tersebut.

4.1.4.4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel hasil penelitian data tentang jenis kelamin, data tersebut dapat di lihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Distribusi Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	34	34,0	34,0	34,0
	Wanita	66	66,0	66,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Quisioner Penelitian Diolah

Dari table 4.4 di ketahui bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin pria memiliki presentase 34% dari 100 orang respoden, artinya bahwa jumlah pria terdiri dari 34 orang. Sedangkan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin wanita memiliki presentase 66% artinya bahwa jumlah wanita terdiri sebanyak 66 orang. Hal ini dikarenakan *fastfood* KFC Cabang Veteran Padang ini adalah sebuah restoran yang dimana memberikan berbagai jenis menu yang menarik bagi konsumen terutama bagi kalangan remaja yang pada saat ini senang berkumpul bersama teman-temannya dengan suasana dan tempat yang sangat nyaman untuk berkumpul sambil menikmati hidangan yang telah ada di KFC tersebut sehingga apabila dilihat presentasi jenis kelamin, jenis kelamin wanita paling dominan dalam penelitian ini karena remaja wanita lebih sering dan senang berkumpul bersama teman-temannya.

4.2

PEMBAHASAN

4.2.1.

Hasil Analisis Deskriptif Persentase

Kualitas Pelayanan (X1)

Secara umum kualitas pelayanan menurut persepsi responden termasuk dalam kategori baik, dapat di lihat pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Distribusi persepsi responden tentang kualitas pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	34	34,0	34,0	34,0
	Setuju	44	44,0	44,0	66,0
	Tidak Setuju	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil output spss

Berdasarkan tabel 4.5 yang diperoleh di atas ternyata sebesar 44 responden (44%) menyatakan Setuju, selebihnya sebesar 34 responden (34%) menyatakan Sangat Setuju dan sisanya hanya sebesar 22 responden (22%) menyatakan Tidak Setuju. Dikarenakan para konsumen merasakan kualitas pelayanan yang diberikan KFC Cabang Veteran Padang tersebut telah memenuhi harapan dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen itu sendiri.

4.2.2. Hasil Analisis Deskriptif Persentase Kualitas Produk (X2)

Secara umum Kualitas Produk KFC Cabang Veteran Padang menurut persepsi responden termasuk dalam kategori setuju, dapat di lihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6
Distribusi persepsi responden tentang variabel Kualitas produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Setuju	57	57,0	57,0	95,0
	Tidak Setuju	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Hasil output spss

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, terbukti dari sebanyak 57 responden (57%) konsumen menyatakan Setuju, sebesar 38 responden (38%) menyatakan Tidak Setuju dan sisanya sebesar 5 responden (5%) menyatakan sangat Setuju. Dimana di karenakan kualita produk yang diberikan oleh KFC Cabang Veteran Padang sangat sesuai dengan apa yang di inginkan oleh para konsumen.

4.2.3. Hasil Analisis Deskriptif Persentase Kepuasan Konsumen (Y)

Secara umum kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang dalam kategori baik, dapat di lihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Distribusi persepsi responden tentang variabel kepuasan konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	7	7,0	7,0	7,0
	Setuju	60	60,0	60,0	93,0
	Tidak setuju	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil output spss

Berdasarkan tabel 4.7 di atas terbukti sebanyak 60 responden (60%) menyatakan Setuju , sebanyak 33 responden (33%) menyatakan Tidak Setuju dan sisanya sebanyak 7 responden (7%) menyatakan Sangat Setuju. Di karenakan KFC Cabang Veteran Padang ini dapat memuaskan konsumen dari segi kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ada sehingga konsumen dapat merekomendasikan KFC Cabang Veteran Padang ini kepada orang-orang untuk mendapatkan kepuasan yang mereka inginkan.

4.2.4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji apakah alat ukur (instrumen) yang digunakan memenuhi syarat-syarat alat ukur yang baik, sehingga menghasilkan data yang sesuai dengan apa yang diukur, sebelum dilakukan analisis data berdasarkan hasil data yang terkumpul terlebih dahulu dilakukan pengujian data melalui uji validitas dan uji reliabilitas data.

4.2.4.1. Uji Validitas

Suatu instrumen di katakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkap dalam variabel yang di teliti secara tetap. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang di maksud. Dalam penelitian ini akan di uji semua variabel (dependen dan independen) yang keseluruhan itemnya terdiri atas 18 item.

1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Kuesioner penelitian variabel Kualitas Pelayanan (X1) terdiri atas 8 item Hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pernyataan dengan total skor variabel Kualitas Pelayanan (X1) dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8
Uji Validitas
Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item_1	0,509	0,197	Valid
Item_2	0,519	0,197	Valid
Item_3	0,304	0,197	Valid
Item_4	0,685	0,197	Valid
Item_5	0,493	0,197	Valid
Item_6	0,639	0,197	Valid
Item_7	0,333	0,196	Valid
Item_8	0,670	0,197	Valid

Sumber : hasil pengolahan data penelitian

Tabel 4.8 menjelaskan bahwa semua item dinyatakan valid. Hal ini disebabkan karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang berarti bahwa angket tentang kualitas pelayanan valid untuk mengambil data sehingga semua item dapat dimasukkan ke pengujian selanjutnya

2. Hasil Uji validitas Kualiatas Produk (X2)

Kuesioner penelitian variabel Kualits Produk (X2) terdiri atas 7 item Hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pernyataan dengan total skor variabel Kualitas Produk (X2) dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut :

Tabel 4.9
Uji Validitas
Variabel X2 (Kualitas produk)

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item_1	0,476	0,197	Valid
Item_2	0,477	0,197	Valid
Item_3	0,602	0,197	Valid
Item_4	0,481	0,197	Valid
Item_5	0,506	0,197	Valid
Item_6	0,468	0,197	Valid
Item_7	0,391	0,197	Valid

Sumber : kuisisioner penelitian diolah

Berdasarkan tabel 4.9 diatas terlihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang berarti bahwa angket tentang Kualitas Produk valid untuk mengambil data sehingga semua item dapat dimasukkan ke pengujian selanjutnya.

3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Kuesioner penelitian variabel Kepuasan Konsumen (Y) terdiri atas 3 item Hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pernyataan dengan total skor variabel Kepuasan konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut :

Tabel 4.10
Uji Validitas
Variabel Y (Kepuasan konsumen)

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item_1	0,647	0,197	Valid
Item_2	0,679	0,197	Valid

Item_3	0,730	0,197	Valid
--------	-------	-------	-------

Sumber : hasil pengolahan data penelitian

Berdasarkan tabel 4.10 diatas terlihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang berarti bahwa angket tentang kepuasan konsumen valid untuk mengambil data sehingga dapat dikatakan bahwa item angket Kepuasan konsumen (Y) dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

4.2.4.2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang sudah dapat dipercaya atau yang reliabel akan menghasilkan data yang di percaya juga. Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya dapat di percaya atau dapat di andalkan.

Menurut Arikunto (2002:171), pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Jika nilai alpha $>0,70$ artinya reliabilitas mencukupi sementara jika alpha $>0,80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki relibilitas yang kuat.

1. Jika alpha $>0,90$ maka reliabilitas sempurna
2. Jika alpha 0,70-0,90 maka reliabilitas tinggi
3. Jika alpha 0,50-0,70 maka reliabilitas moderat
4. Jika alpha $<0,50$ maka reliabilitas rendah, dan jika alpha rendah kemungkinan satu atau atau beberapa item tidak reliabel.

Reliabilitas pada penelitian ini untuk masing-masing variabel akan tampak setelah melihat hasil dari distribusi persepsi responden mengenai masing –masing variabel.

Adapun hasil uji reliabilitas tersebut adalah sebagai berikut :

1. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Hasil uji reliabilitas untuk variabel lokasi akan dijelaskan pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas
Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item_1	0,595	0,197	Reliabilitas
Item_2	0,596	0,197	Reliabilitas
Item_3	0,636	0,197	Reliabilitas
Item_4	0,542	0,197	Reliabilitas
Item_5	0,617	0,197	Reliabilitas
Item_6	0,554	0,197	Reliabilitas
Item_7	0,649	0,197	Reliabilitas
Item_8	0,542	0,197	Reliabilitas

Sumber : hasil pengolahan data penelitian

Dari tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa hasil uji keandalan instrumen penelitian variabel Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan bahwa r_{hitung} semua item lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa 8 item instrumen penelitian yang mengukur Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dapat digunakan dalam penelitian hipotesis.

Reliability Statistics Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	N of Items
,626	8

Sumber: Hasil output spss

Terlihat pada tabel reabiliti statistik diatas dapat disimpulkan bahwa reliabilitas yang dihasilkan cronbach alpha hitung sebesar $0,626 < 0,70$ tersebut artinya reliability yang dihasilkan oleh seluruh item pada variabel Kualitas Pelayanan tergolong reabilitas Moderat.

2. Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2)

Untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Produk (x2) dapat dikatakan reliabel juga seperti yang dijelaskan uji variabel sebelumnya maka dapat di nilai sebagai berikut:

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas
Variabel X2 (Kualitas Produk)

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item_1	0,535	0,197	Reliabilitas
Item_2	0,577	0,197	Reliabilitas
Item_3	0,464	0,197	Reliabilitas
Item_4	0,520	0,197	Reliabilitas
Item_5	0,510	0,197	Reliabilitas
Item_6	0,530	0,197	Reliabilitas
Item_7	0,586	0,197	Reliabilitas

Sumber : hasil pengolahan data penelitian

Dari tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa semua item pada Variabel Kualitas Produk $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa pengujian seluruh item untuk mengukur variabel Kualitas Produk adalah reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian hipotesis.

Reliability Statistics Kualitas Produk

Cronbach's Alpha	N of Items
,563	7

Sumber: Hasil output spss

Dari tabel reliability statistics diatas dapat disimpulkan bahwa cronbach alpha hitung yang dihasilkan sebesar $0,563 > 0,50$ artinya reliabilitas seluruh item pada variabel Kualitas Produk Moderat.

3. Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Pada uji reliabilitas untuk variabel Kepuasan Konsumen berdasarkan uji validitas item yang digunakan untuk pengujian reliabilitas dari 3 item semua bisa dilanjutkan karena 3 item diperoleh semua dikatakan valid. Hasil pengujian reliabilitas variabel Keputusan Berbelanja dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut :

Tabel 4.13
Uji Reliabilitas
Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item_1	0,564	0,197	Reliabilitas
Item_2	0,563	0,197	Reliabilitas
Item_3	0,630	0,197	Reliabilitas

Sumber : hasil pengolahan data penelitian

Pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa semua item pada Variabel Kepuasan Konsumen $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa pengujian seluruh item untuk mengukur variabel Kepuasan Konsumen adalah reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian hipotesis.

Reliability Statistics kepuasan konsumen

Cronbach's Alpha	N of Items
,677	3

Sumber: Hasil output spss

Pada tabel reliability statistic diatas menunjukkan bahwa seluruh item Kepuasan Konsumen dengan cronbach alpha hitung sebesar $0,677 < 0,70$ artinya reliabilitas tersebut tergolong reliability moderat.

4.2.5 Uji Asumsi Klasik

4.2.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan one sample *Kormogorov-Smirnov Test*, bila probabilitas *asympt.sig* $> \alpha 0,05$ maka data berdistribusi normal (Ghozali,2006 : 110).

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas
One-sample kolmogorov-Smirnov Test

		kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Unstandardize d Residual
N		100	100	100	100
Normal	Mean	7,4100	18,2100	18,5100	,0000000
Parameters(a,b)	Std. Deviation	1,05500	2,25762	2,04739	1,03253894
Most Extreme	Absolute	,232	,107	,140	,118
Differences	Positive	,168	,086	,140	,073
	Negative	-,232	-,107	-,098	-,118
Kolmogorov-Smirnov Z		2,320	1,068	1,396	1,180
Asymp. Sig. (2-tailed)		,350	,204	,241	,124

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber: Hasil output spss

Dari tabel 4.14 diatas terlihat bahwa nilai *kolmogorov-Smirnov* nilai Asymp. Sig.(2-tailed) untuk kepuasan konsumen (0,350) , kualitas pelayanan (0,204) , dan kualitas produk (0,241). Dari ketiga variabel tersebut memiliki ukuran asymp.sig.(2-tailed) lebih besar dari nilai probabilitas yakni $0,124 > \alpha 0,05$ dengan kata lain hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah terdistribusi normal.

4.2.5.2 Uji Multikolonieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolonieritas. Untuk mengetahui hal tersebut maka dapat dilihat pada nilai Tolerance dan nilai VIF nya.

- Tidak terjadi Multikolonieritas apabila nilai tolerance $> 0,10$
- Terjadi Multikolonieritas apabila nilai tolerance $< 0,10$
- Tidak terjadi Multikolonieritas nilai VIF $< 10,00$
- Terjadi Multikolonieritas apabila nilai VIF $\geq 10,00$

Tabel 4.15

Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,062	,680		7,449	,000		
	Kualitas Pelayanan	,295	,015	,185	3,856	,006	,987	1,013
	Kualitas Produk	,338	,117	,018	3,179	,010	,987	1,013

a. Dependent Variable: kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil output spss

Pada tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa tidak terjadinya Multikolonieritas diantara variabel bebas (kualitas pelayanan dan kaulitas produk) hal ini ditunjukkan oleh nilai tolerance dan VIF . Dimana nilai tolerance yang dihasilkan sebesar $0,987 > 0,10$ dan dilihat dari VIF yang dihasilkan sebesar $1,013 < 10,00$.

4.2.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semuan pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala Heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu uji Park, uji Glesjer, melihat pola Grafik regresi, dan uji

koefisien Korelasi Spearman. Pada penelitian ini untuk menguji gejala Heteroskedastisitasnya adalah menggunakan uji Glesjer.

- Jika nilai signifikansi $> \alpha 0,05$ kesimpulannya adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas
- Jika nilai signifikansi $< \alpha 0,05$ kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas.

Perhatikan tabel 4.16 berikut :

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	,547	,421		1,301	,196
	Kualitas Pelayanan	,014	,065	,022	,213	,832
	Kualitas Produk	,021	,072	,030	,296	,768

a. Dependent Variable: Abs_Y

Sumber: Hasil Output Spss

Pada tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kedua variabel independen (Kualitas Pelayanan sebesar 0,832 dan Kualiatas Produk sebesar 0,768) artinya $> \alpha 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4.2.5.4 Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Model regresi yang baik

adalah regresi yang bebas dari gejala autokorelasi, dalam pengujian ini akan digunakan uji Durbin Watson (DW), dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika $d < dL$ atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka hipotesis ditolak, yang berarti terdapat Autokorelasi
- Jika d terletak antara Du dan $(4-dU)$, maka hipotesis diterima, yang berarti tidak ada Autokorelasi
- Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Perhatikan Tabel 4.17 berikut :

Tabel 4.17
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,668(a)	,446	,242	,522	1,721

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

b Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Output Spss

Berdasarkan tabel 4.17 diatas diketahui nilai DW 1,721 , jika dibandingkan dengan nilai tabel signifikan $\alpha 5\%$ (0,05) , jumlah sampel $N=100$ dan jumlah variabel independen 2 ($K=2$) = 2.100, dilihat pada tabel Durbin Watson diperoleh nilai dU 1,715. Dimana nilai DW berada diantara dU dan $(4-dU)$ yakni 1,715 dan $4-1,715= 2,285$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi.

4.2.6 Uji Regresi

4.2.6.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi juga dapat dilakukan untuk mengetahui kelinieritas variabel terikat dengan variabel bebasnya.

Tabel 4.18 berikut ini akan memperlihatkan hasil dari perhitungan untuk analisis regresi :

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linear berganda
Coefficients (a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	5,062	,680		7,449	,000
	Kualitas Pelayanan	,295	,015	,185	3,856	,006
	Kualitas Produk	,338	,117	,018	3,179	,010

a Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

sumber: Hasil Output Spss

persamaan regresi :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Hasil uji regresi diatas telah memenuhi asumsi klasik, Sehingga diperoleh hasil regresi :

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\hat{Y} = 5,062 + 0,295X_1 + 0,338X_2$$

Dari model regresi diatas dapat dilihat bahwa :

1. Konstanta sebesar 5,062 artinya jika Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas produk (X_2) nilainya adalah 0, maka Kepuasan konsumen nilainya sebesar

5,062.

2. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,295 artinya jika variabel independen lainnya tetap dan Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan maka Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,295. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. Semakin baik Kualitas Pelayanan maka semakin meningkat pula Kepuasan konsumen.
3. Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,338 artinya mempunyai hubungan Positif, jika variabel independen lain nilainya tetap dan Kualitas Produk mengalami kenaikan 1 satuan maka kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,338. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen. Semakin baik Kualitas Produk maka semakin meningkat pula Kepuasan konsumen.

4.2.7. Uji Hipotesis

4.2.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mencari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam persamaan regresi secara parsial dengan mengasumsikan variabel lain dianggap konstan. Uji t dilakukan dengan membandingkan antara nilai t yang dihasilkan dari perhitungan statistik dengan nilai t_{tabel} . adapun hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.19 sebagai berikut :

Tabel 4.19

**Hasil Uji t
Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	5,062	,680		7,449	,000
	Kualitas Pelayanan	,295	,015	,185	3,856	,006
	Kualitas Produk	,338	,117	,018	3,179	,010

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

sumber: Hasil Output Spss

Berdasarkan hasil olahan data statistik pada tabel 4.19 maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen KFC Cabang Veteran Padang. Terlihat pada tabel 4.19 bahwa nilai signifikan yang dihasilkan adalah sebesar 0,006 artinya nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas $\alpha 0,05$ atau $0,006 < \alpha 0,05$ maka hipotesis (H1) diterima. Variabel Kualitas Pelayanan mempunyai t_{hitung} yakni 3,856 dengan t_{tabel} 1,984 . jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi terhadap kepuasan konsumen. Nilai t positif artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang. Berdasarkan tabel 4.19 bahwa nilai signifikan yang dihasilkan adalah

sebesar 0,010 artinya nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas $\alpha 0,05$ atau $0,010 < \alpha 0,05$ maka hipotesis (H2) diterima. Variabel kualitas produk mempunyai t_{hitung} yakni 3,179 dengan t_{tabel} 1,984 . jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki kontribusi terhadap kepuasan konsumen. Nilai t positif artinya variabel kualitas produk mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.2.7.2. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil dapat dilihat pada tabel 4.20 dibawah ini :

Tabel 4.20
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50,195	2	28,597	47,199	,000(a)
	Residual	45,353	97	,272		
	Total	95,548	99			

a Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Output Spss

Dari tabel 4.20 diatas, dapat dilihat bahwa Nilai F_{hitung} diperoleh sebesar 47,199 Dengan F_{tabel} sebesar 3,091 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $0,000 < \alpha 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel

dependen.

4.2.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen (Kualitas pelayanan dan Kualitas produk) dapat menjelaskan variabel dependennya (kepuasan kosumen). Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen dapat dilihat pada tabel 4.21 berikut :

Tabel 4.21
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2) model
summary (b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,668(a)	,446	,242	,52123

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

b Dependent Variable: kepuasan konsumen

sumber: Hasil Output Spss

Dari tabel 4.21 diatas dapat diperoleh nilai R sebesar 0,668. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang cukup kuat antara kualitas pelayanan dan Kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen. Sedangkan untuk R Squarenya didapat yaitu sebesar 0,446 atau (44,6%). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (Kualitas Pelayanan dan

Kualitas Produk) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 44,6%, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk) mampu menjelaskan sebesar 44,6% variasi variabel dependen (kepuasan Konsumen), sedangkan sisanya sebesar 55,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen mempunyai persepsi bahwa Kualitas Pelayanan KFC Cabang Veteran Padang dalam kategori baik. Dari 100 responden yang diteliti ternyata 44% menyatakan baik, 34% menyatakan sangat baik dan hanya 22% kurang baik. Hal ini dikarenakan *fastfood* KFC Cabang Veteran Padang ini adalah sebuah restoran yang dimana memberikan berbagai jenis menu yang menarik bagi konsumen terutama bagi kalangan remaja yang pada saat ini senang berkumpul bersama teman-temannya dengan suasana dan tempat yang sangat nyaman untuk berkumpul sambil menikmati hidangan yang telah ada di KFC Cabang Veteran Padang tersebut sehingga apabila dilihat presentasi jenis kelamin, jenis kelamin wanita paling dominan dalam penelitian ini karena remaja wanita lebih sering dan senang berkumpul bersama teman-temannya.

Hasil uji hipotesis secara parsial ternyata menerima hipotesis alternatif pertama terbukti pada uji Regresi linear berganda hasil koefisien B Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0,295 artinya apabila kualitas pelayanan bertambah satu satuan maka kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,006 yang berarti semakin Baik Kualitas Pelayanan KFC menurut persepsi konsumen akan diikuti kenaikan

kepuasan konsumen dalam Mengkonsumsi dan Membeli KFC Cabang Veteran Padang.

Hasil uji t juga menerima hipotesis alternatif kedua terbukti pada uji regresi linear berganda hasil koefisien B Kualitas Produk adalah sebesar 0,338 yang artinya apabila kualitas produk bertambah satu satuan maka kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,338 yang berarti jika semakin Baik Kualitas Produk maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen, begitupun sebaliknya semakin buruk Kualitas produk maka semakin menurun pula kepuasan Konsumen. Jika dilihat dari kepuasan konsumen KFC Cabang Veteran Padang sudah Lumayan Bagus, hal ini di lihat dari kualitas pelayanan dan kualitas produk nya sesuai menurut persepsi konsumen.

Hasil penelitian ini juga menerima hipotesis alternatif ketiga terbukti pada Uji F (simultan) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dilihat dari nilai F_{hitung} (47,199) yang dihasilkan $> F_{tabel}$ (3,091) dengan tingkat signifikan yang dihasilkan 0,000 lebih kecil dari $\alpha 0,05$.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Meilinda Wulansari (2015) bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, pengalaman pemasaran dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang Gablek Tangerang selatan. Berdasarkan olahan data menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, pengalaman pemasaran dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen KFC Cabang

Gaplek Tangerang Selatan di buktikan dengan uji parsial (t) yaitu: Kualitas Pelayanan $5,135 > 1,987$, Kualitas Produk $5,121 > 1,987$, Pengalaman Pemasaran $3,323 > 1,987$ dan Lokasi $5,962 > 1,987$.

Seorang konsumen akan melakukan survey sebelum meengkonsumsi dan membeli suatu barang atau makanan dan benar-benar yakin bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk nya itu baik di bandingkan dengan restoran-reatauran KFC lain nya sehingga dapat meningkatkan kepuasan para pelanggan. Hal tersebut juga menentukan pemilihan konsumen dalam meengkonsumsi dan pembelian.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil beberapa simpulan antara lain:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen KFC Cabang Veteran Padang. Ditunjukkan dari hasil uji parsial diperoleh t_{hitung} sebesar 3,856 dengan nilai signifikan 0,006 artinya $0,006 < \alpha 0,05$. Besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 29,5% terhadap variabel kepuasan konsumen.
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen KFC Cabang Veteran Padang. Ditunjukkan dari hasil uji parsial diperoleh t_{hitung} sebesar 3,179 dengan nilai signifikan 0,010 artinya $0,010 < \alpha 0,05$. Besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel harga adalah sebesar 33,8% terhadap variabel kepuasan konsumen.
3. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen KFC Cabang Veteran Padang. Ditunjukkan dari hasil uji simultan diperoleh F_{hitung} sebesar 47,199 dengan nilai signifikan 0,000 artinya $0,000 < \alpha 0,05$. Besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (Kualitas

Pelayanan dan Kualitas Produk) adalah sebesar 44,6% dalam menjelaskan variabel Kepuasan Konsumen.

5.2. Saran

Dari hasil dan pembahasan serta kesimpulan diatas maka peneliti menyarankan :

1. Disarankan kepada Manejer KFC untuk tetap mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi Pelayanan yang ada di KFC.
2. Disarankan kepada manejer KFC agar lebih meningkatkan lagi kualitas produk dan cita rasa yang telah ada dan lebih memberikan inovasi lagi terhadap produk KFC.
3. Penelitian ini terbatas pada kualitas pelayanan dan kualitas produk , sedangkan jika dilihat dari R *squard* yang dihasilkan memang cukup tinggi namun masih ada factor-faktor atau variable-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga disarankan kepada peneliti selanjtnya agar menambahkan variable lain seperti: harga, promosi, brand image untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2000). *Analisa Regresi Teori Kasus dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rajawali Press: Jakarta.
- MC Charty, Perrefault. (2003). "Dasar-dasar Pemasaran. Ahli Bahasa Agys Dharma. Erlangga : Jakarta.
- Chisty, Mery. (2014). " *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di KFC Jember*". Skripsi Universitas Jember.
- Gaspert, Vincent. (2005). " *Total Quality Management*". PT.Gramedia. Pustaka Umum: Jakarta.
- . (2011). *Ekonomi Manajerial (Managerial Economics): Landasan Analisis Dan Strategi Bisnis Untuk Manajemen Perusahaan dan Industri*. Edisi Revisi, Cetakan Kedelapan, Percetakan Penebar Sawadaya. Jakarta.
- Ghozali,I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*. Cetakan ke IV. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hamid, Abdul. (2007). " *Buku Panduan Penulisan Skripsi*." Fakultas Ekonomi dan Sosial. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- . (2012). *Pedoman Penulisan Skripsi*. FEB UN. Jakarta.
- Hadyanto Mulyono, Bayu. (2008). " *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. (Study Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang)*. Jurnal Universitas Diponegoro. Semarang.
- Irawan, Handi.(2004). " *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan konsumen Kerupuk Rambak "DWIJOYO" Didesa Penaggula. Kec. Pengando. Kab. Kendal*." Jrnal Universitas Negeri Semarang.
- Kotler, Philip. (2002). " *Manajemen Pemasaran*", Edisi Milenium Jilid Kedua, Prehallindo, Jakarta.
- . (2003). " *Manajemen Pemasaran*", Edisi Kedua Belas Cetakan III. Ahli Bahasa Oleh Benyamin Molan.
- . (2008). " *Manajemen Pemasaran*", Edisi Kedua Belas Jilid Kesatu, PT. Index.

Kotler dan Amstrong. (2004). “*Dasar-Dasar Pemasaran (9th ed).*” PT. Indeks. Jakarta.

_____. (2008). “*Dasar-Dasar Pemasaran (9th ed).*” PT. Indeks. Jakarta.

Kotler dan Keller. (2009). “*Marketing Manajemen (13th ed).*” New Jersey: Prentice Hall.Inc.

Nurjanah, Siti. (2010). “ *Pengaruh Merek dan Citra Produk Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Konsumen (Jurnal)*”. UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Tamuwijaya, Meli.(2013). “ *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PIPOP COPY*”. Jurnal Universitas Ciputra. Surabaya.

Tjiptono. (2007). “ *Manajemen Jasa*”. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta.

Sugiyono. (2010). “ *Metode Penelitian Bisnis*”. CV Alfabeta. Bandung.

Usman, Husaini (2000). *Metodelogi Penelitian Sosial*. Bumi Aksara. Bandung.

Wulandari, Meilinda. (2015). “ *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pengalaman Pemasaran Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Konsumen KFC Cabang Gaplek Tangerang Selatan)*”. UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Zeithaml, Valarie A. , Mary Jo Bitner dan Dwayne D. Gremler.(2009). *Services Marketing- Integrating Customer Fows Across The Firin 5th Edition*. Mc Graw-Hill: New York.

<http://erikadityanugraha.blogspot.com/2013/11/sejarah-kfc.html> 22:45 01 Januari 2017

<http://kfcindonesia.kfcku.com/lists/sejarah-kfc> 22:45 01 Januari 2017

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

INSTRUMEN YANG DIPERLUKAN UNTUK MENGUKUR PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Kasus : KFC Cabang Veteran Padang)

Kepada

Yth Bapak / ibu / saudara / konsumen Yang Mengonsumsi KFC

Di. KFC Cabang Veteran Padang

Dengan hormat,

Dalam rangka memenuhi tugas akhir perkuliahan berupa penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN, (Studi Kasus : KFC Cabang Veteran Padang)”. Maka saya mohon bantuan Bapak / Ibu / Saudara untuk mengisi Kuisisioner guna memperoleh data tentang judul tersebut.

Jawaban Bapak / Ibu / Saudara akan sangat membantu keberhasilan penelitian yang sedang saya laksanakan. Oleh karena itu saya berharap kesungguhan dan kejujuran Bapak/ Ibu / Saudara dalam mengisi setiap pertanyaan. Saya sangat menghargai setiap jawaban yang Bapak / Ibu / Saudara berikan.

Atas kesediaan, bantuan dan partisipasi Bapak / Ibu / Saudara saya mengucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya

Helmi AfriliaNengsih

Nim:121000261201022

A. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (√) pada jawaban-jawaban dari pernyataan-pernyataan yang paling sesuai menurut pendapat bapak/ibu/saudara sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS) = 3

Setuju (S) = 2

Tidak Setuju (TS) = 1

B. DATA DIRI RESPONDEN

1. Nama Responden :

2. Tingkat Pendidikan :

3. Jenis kelamin :

4. Usia :

5. Pekerjaan :

Penyaringan Pertanyaan (*Screening Question*)

Apakah Anda Pernah Membeli Dan Mengonsumsi KFC Cabang Veteran Padang?

 YA TIDAK

Jika Jawaban adalah YA, maka Anda dapat Melanjutkan Pengisian Kuisioner ini, namun jika TIDAK maka pengisian kuisioner cukup sampai disini.

C. DAFTAR PERTANYAAN**1. Kualitas Pelayanan (X1)**

No	Pertanyaan	SS	S	TS
1	Karyawan kfc veteran memberikan pelayanan dengan profesional atau sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan			
2	Pelayanan dapat diandalkan sesuai dengan harapan konsumen			

3	Pelayanan karyawan kfc Veteran terhadap konsumen memuaskan atau baik			
4	Karyawan memberikan pelayanan dengan cepat kepada konsumen			
5	Karyawan memberikan kesediaan untuk selalu membantu konsumen			
6	Karyawan memberikan pelayanan yang baik tanpa membedakan konsumen			
7	Karyawan memberikan pelayanan konsumen mengenai menu yang ada			
8	Karyawan memberikan perhatian kepada konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen			

2. Kualitas Produk (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	TS
1	Menu makanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen			
2	Kfc memberikan jenis menu makanan yang beragam			
3	Rasa ayam yang diberikan oleh kfc enak			
4	Porsi yang diberikan kfc sesuai dengan standar konsumen			
5	Porsi atau ukuran ayam selalu konsisten atau tidak berubah dalam setiap pemesanan			
6	Mudah dalam pemesanan atau jenis menu makanan			

7	Tampilan produk yang menarik sehingga konsumen tertarik			
---	---	--	--	--

3. Kepuasan konsumen (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	TS
1	Konsumen ingin kembali membeli produk kfc			
2	Konsumen merekomendasikan kfc veteran kepada orang lain			
3	Konsumen meyakinkan produk kfc kepada orang lain untuk di konsumsi			

Lampiran 2
kualitas pelayanan (X1) Variabel independen

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	x1.7	x1.8	jumlah
1	2	2	2	2	2	2	1	2	15
2	2	2	2	2	2	2	3	2	17
3	2	2	2	2	2	2	2	2	16
4	3	3	2	2	2	2	2	2	18
5	3	2	2	3	3	3	2	2	20
6	3	3	2	3	2	2	2	2	19
7	2	2	2	1	3	3	2	2	17
8	2	2	2	2	3	3	2	2	18
9	2	3	2	3	2	3	2	2	19
10	2	2	3	2	1	2	2	1	15
11	3	2	3	3	2	2	2	2	19
12	2	2	2	2	2	2	2	3	17
13	2	2	3	2	3	2	3	2	19
14	2	2	2	3	2	2	2	2	17
15	2	2	2	3	2	2	2	2	17
16	3	2	2	2	2	2	3	2	18
17	2	2	2	2	3	2	3	2	18
18	2	2	2	2	2	2	2	2	16
19	3	3	3	2	2	3	2	3	21
20	2	3	3	2	3	2	3	2	20
21	3	2	2	3	2	3	2	3	20
22	2	2	3	2	2	2	3	2	18
23	3	2	2	2	2	3	2	2	18

24	3	2	2	2	2	2	3	3	19
25	3	2	2	2	3	2	2	2	18
26	3	2	2	2	3	2	2	2	18
27	2	2	3	2	2	2	2	2	17
28	2	2	3	3	3	2	2	2	19
29	2	1	2	1	2	2	2	2	14
30	2	1	2	1	1	2	3	2	14
31	2	2	2	1	1	2	2	2	14
32	2	2	2	1	1	2	3	2	15
33	2	3	2	3	2	2	2	2	18
34	3	2	2	3	2	3	2	3	20
35	2	2	2	2	2	2	2	2	16
36	2	3	2	1	3	2	1	2	16
37	3	2	2	2	3	3	2	2	19
38	2	3	1	3	2	3	2	3	19
39	3	3	3	3	3	3	3	2	23
40	3	3	2	3	3	2	2	3	21
41	2	2	3	3	2	2	2	2	18
42	3	2	2	3	3	2	2	3	20
43	2	2	2	1	2	2	2	2	15
44	2	2	2	3	3	3	3	3	21
45	2	2	2	3	3	3	3	3	21
46	2	2	2	1	3	2	2	2	16
47	3	3	2	3	3	3	2	2	21
48	2	3	2	3	2	2	2	2	18
49	3	2	2	3	2	3	2	2	19
50	3	2	2	2	3	2	2	2	18
51	3	3	2	3	2	3	3	2	21

52	2	3	2	3	2	3	3	3	21
53	3	3	2	2	2	3	3	3	21
54	2	3	2	2	2	3	3	2	19
55	2	1	2	2	1	2	2	1	13
56	2	2	2	2	2	2	3	3	18
57	2	1	2	1	2	2	3	2	15
58	2	3	2	3	2	3	2	2	19
59	3	2	2	3	2	2	2	3	19
60	3	2	2	3	2	2	2	3	19
61	2	2	2	2	2	1	3	2	16
62	2	2	2	3	2	2	3	2	18
63	2	3	2	3	3	2	2	2	19
64	2	3	2	3	3	2	2	2	19
65	3	2	2	2	1	2	2	2	16
66	3	2	2	2	1	2	2	2	16
67	2	3	2	3	2	3	2	2	19
68	2	2	2	2	2	3	2	3	18
69	2	3	2	3	2	3	2	3	20
70	2	2	2	3	3	3	2	3	20
71	2	3	3	3	1	1	2	2	17
72	3	2	3	3	2	3	3	3	22
73	3	2	3	3	3	2	2	3	21
74	3	3	3	3	2	3	2	3	22
75	3	3	2	3	2	3	2	3	21
76	2	3	2	2	3	2	1	2	17
77	3	2	3	3	2	3	2	3	21
78	2	3	2	2	3	2	1	1	16
79	3	3	2	2	3	2	2	3	20

80	3	2	2	3	2	3	2	3	20
81	3	2	2	2	3	3	2	3	20
82	3	3	2	3	3	3	2	3	22
83	3	3	3	3	2	2	3	3	22
84	2	2	2	3	3	2	3	3	20
85	2	3	3	2	3	3	3	2	21
86	3	2	2	2	2	2	2	2	17
87	2	2	2	3	2	2	2	2	17
88	2	2	2	2	2	2	2	2	16
89	2	2	2	2	2	2	2	2	16
90	3	2	2	2	2	3	2	2	18
91	2	2	3	3	2	3	3	3	21
92	2	2	2	2	2	2	2	2	16
93	2	2	2	2	2	2	2	2	16
94	3	2	2	3	2	3	2	2	19
95	2	2	2	1	1	1	1	1	11
96	2	2	2	2	2	2	2	2	16
97	2	2	2	2	2	2	2	2	16
98	2	2	2	3	2	2	2	2	17
99	2	2	2	2	3	2	3	2	18
100	3	3	2	2	3	3	2	2	20

Kualitas produk (x2) Variabel independen

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Jumlah
1	3	2	2	2	2	2	3	16
2	2	2	2	2	2	2	2	14
3	3	2	2	2	2	2	2	15
4	2	2	3	2	2	3	3	17
5	2	2	2	3	2	2	2	15
6	2	2	2	2	2	2	2	14
7	2	2	2	1	2	3	2	14
8	2	2	3	2	3	2	2	16
9	2	3	3	2	3	2	2	17
10	3	3	3	3	2	2	2	18
11	3	3	3	3	3	3	2	20
12	2	2	2	2	2	2	2	14
13	2	2	3	3	3	2	3	18
14	2	2	2	2	2	2	2	14
15	3	3	3	3	2	1	3	18
16	2	2	3	3	3	3	3	19
17	2	2	2	2	2	2	2	14
18	2	2	2	2	2	2	3	15
19	2	2	2	2	3	3	2	16
20	3	3	2	3	2	3	2	18
21	2	2	3	3	3	2	2	17
22	3	2	2	3	3	2	2	17

23	3	3	2	2	2	2	2	16
24	2	2	2	2	2	2	2	14
25	2	3	3	2	3	3	2	18
26	2	2	2	2	2	3	2	15
27	2	2	2	2	3	2	2	15
28	2	2	2	2	2	2	3	15
29	2	2	2	2	2	2	2	14
30	3	2	2	2	2	2	3	16
31	3	2	2	2	2	2	2	15
32	2	2	2	3	3	2	3	17
33	2	2	2	1	2	2	3	14
34	2	2	2	3	2	2	3	16
35	2	2	3	3	3	3	2	18
36	3	3	2	3	3	3	3	20
37	2	2	2	2	2	2	2	14
38	3	3	3	2	2	3	2	18
39	2	2	2	2	2	2	2	14
40	2	2	2	2	2	3	3	16
41	2	2	3	3	3	3	2	18
42	2	3	2	3	1	3	3	17
43	2	3	3	3	2	3	3	19
44	3	3	3	3	3	3	2	20
45	2	2	3	3	3	2	2	17
46	3	3	3	2	2	3	2	18
47	2	2	2	2	2	2	2	14

48	2	2	2	3	3	2	2	16
49	2	2	3	3	2	2	3	17
50	2	3	3	2	3	3	2	18
51	2	3	3	3	3	3	3	20
52	2	2	2	3	3	2	2	16
53	3	3	2	2	3	3	3	19
54	2	2	2	2	2	2	3	15
55	2	2	3	3	3	3	3	19
56	2	2	2	2	2	3	3	16
57	2	2	3	3	3	2	2	17
58	3	2	3	3	3	2	3	19
59	2	2	2	2	2	2	2	14
60	2	3	3	2	2	3	2	17
61	2	3	3	3	3	2	3	19
62	2	2	2	3	3	2	2	16
63	2	2	3	2	3	2	2	16
64	2	2	3	3	2	3	3	18
65	2	2	3	3	2	2	2	16
66	2	3	3	2	2	2	2	16
67	2	2	2	3	2	2	2	15
68	2	2	3	3	1	2	2	15
69	2	2	2	2	2	1	3	14
70	2	2	2	2	2	2	1	13
71	2	2	2	1	2	2	1	12
72	2	2	2	2	2	2	2	14

73	2	3	2	2	2	1	1	13
74	2	2	2	2	2	2	2	14
75	2	2	2	2	2	2	2	14
76	2	2	2	2	2	2	2	14
77	3	3	2	2	2	2	2	16
78	2	2	2	2	2	2	3	15
79	2	2	2	3	2	2	2	15
80	2	3	2	2	2	2	3	16
81	2	2	2	2	1	3	1	13
82	2	2	2	3	2	2	2	15
83	2	2	2	2	2	2	2	14
84	2	2	2	2	2	3	3	16
85	2	2	2	2	2	2	2	14
86	2	2	2	2	2	2	2	14
87	2	2	3	2	2	2	2	15
88	3	3	3	2	3	3	2	19
89	2	2	2	2	2	3	3	16
90	2	2	2	3	2	3	3	17
91	3	3	3	2	3	3	3	20
92	3	2	2	3	3	2	3	18
93	2	2	2	2	2	2	2	14
94	2	2	3	2	2	3	3	17
95	2	2	2	2	2	3	3	16
96	2	2	2	2	3	2	2	15
97	2	2	2	2	2	2	3	15

98	2	2	2	2	2	2	3	15
99	2	2	3	2	3	2	2	16
100	2	3	3	2	2	2	2	16

Kepuasan konsumen (Y) variabel dependen

No	Y1.1	Y2.2	Y3.3	Jumlah
1	3	3	2	8
2	3	3	2	8
3	3	3	2	8
4	3	3	1	7
5	2	2	1	5
6	2	3	1	6
7	2	2	1	5
8	3	3	1	7
9	3	3	1	7
10	2	3	3	8
11	2	2	2	6
12	2	3	2	7
13	3	3	2	8
14	2	3	2	7
15	3	3	1	7
16	3	3	1	7
17	2	3	2	7
18	3	3	2	8
19	3	3	2	8
20	1	2	1	4
21	3	3	2	8
22	3	3	1	7

23	3	3	2	8
24	3	3	3	9
25	3	3	2	8
26	3	3	2	8
27	2	2	1	5
28	2	2	2	6
29	2	3	3	8
30	3	3	1	7
31	2	2	1	5
32	3	3	2	8
33	3	3	1	7
34	3	3	2	8
35	3	3	2	8
36	3	3	2	8
37	3	3	1	7
38	3	3	1	7
39	3	3	1	7
40	3	3	3	9
41	3	3	2	8
42	3	3	1	7
43	3	3	2	8
44	3	3	1	7
45	2	3	1	6
46	2	3	2	7
47	2	2	3	7

48	3	3	2	8
49	2	3	1	6
50	3	2	1	6
51	2	3	2	7
52	3	3	1	7
53	2	3	2	7
54	3	3	1	7
55	3	3	3	9
56	3	3	2	8
57	3	3	2	8
58	3	3	1	7
59	3	3	2	8
60	3	2	1	6
61	3	3	1	7
62	3	2	1	6
63	3	3	2	8
64	3	3	2	8
65	3	3	3	9
66	3	3	2	8
67	3	3	2	8
68	2	3	1	6
69	3	3	3	9
70	3	3	3	9
71	2	3	2	7
72	3	3	1	7

73	2	3	2	7
74	3	3	1	7
75	3	3	2	8
76	3	3	3	9
77	3	3	2	8
78	3	3	2	8
79	3	3	2	8
80	3	3	3	9
81	3	3	2	8
82	3	3	2	8
83	3	3	1	7
84	2	2	1	5
85	3	3	2	8
86	3	3	2	8
87	4	3	2	9
88	3	3	2	8
89	3	3	3	9
90	3	3	2	8
91	3	3	2	8
92	3	3	2	8
93	3	3	1	7
94	3	3	3	9
95	3	3	3	9
96	2	3	2	7
97	2	2	3	7

98	3	3	2	8
99	2	3	3	8
100	2	2	2	6

LAMPIRAN 3

DATA RESPONDEN

Karakteristik Responden

Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTP	5	5,0	5,0	47,0
	SLTA	42	42,0	42,0	95,0
	P.Tinggi	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Quisoner Penelitian Diolah*

Berdasarkan Tingkat Pekerjaan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	6	6,0	6,0	6,0
	Mahasiswa	27	27,0	27,0	27,0
	Ibu Rumah Tangga	20	20,0	20,0	20,0
	PNS	23	23,0	23,0	47,0
	Pegawai Swasta	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Quisoner Penelitian Diolah*

Berdasarkan Umur Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<19	23	23,0	23,0	23,0
	19-25	50	50,0	50,0	73,0
	25-30	20,0	20,0	20,0	4,0
	>30	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Quisoner Penelitian Diolah*

Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	34	34,0	34,0	34,0
	Perempuan	66	66,0	66,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Quisoner Penelitian Diolah*

LAMPIRAN 4

HASIL PENELITIAN

UJI VALIDITAS

1. Uji validitas kualitas Pelayanan (X1)

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	JUMLAH
Item 1	Pearson Correlation	1	,135	,070	,262(**)	,104	,314(**)	-,047	,348(**)	,509(**)
	Sig. (2-tailed)		,180	,489	,009	,303	,001	,640	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 2	Pearson Correlation	,135	1	,067	,365(**)	,248(*)	,254(*)	-,098	,145	,519(**)
	Sig. (2-tailed)	,180		,509	,000	,013	,011	,330	,150	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 3	Pearson Correlation	,070	,067	1	,154	,004	-,029	,214(*)	,028	,304(**)
	Sig. (2-tailed)	,489	,509		,125	,970	,777	,032	,785	,002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 4	Pearson Correlation	,262(**)	,365(**)	,154	1	,152	,330(**)	,049	,407(**)	,685(**)
	Sig. (2-tailed)	,009	,000	,125		,130	,001	,629	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 5	Pearson Correlation	,104	,248(*)	,004	,152	1	,234(*)	,006	,193	,493(**)
	Sig. (2-tailed)	,303	,013	,970	,130		,019	,957	,054	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 6	Pearson Correlation	,314(**)	,254(*)	-,029	,330(**)	,234(*)	1	,112	,413(**)	,639(**)
	Sig. (2-tailed)	,001	,011	,777	,001	,019		,266	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 7	Pearson Correlation	-,047	-,098	,214(*)	,049	,006	,112	1	,243(*)	,333(**)
	Sig. (2-tailed)	,640	,330	,032	,629	,957	,266		,015	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 8	Pearson Correlation	,348(**)	,145	,028	,407(**)	,193	,413(**)	,243(*)	1	,670(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,150	,785	,000	,054	,000	,015		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
JUMLAH AH	Pearson Correlation	,509(**)	,519(**)	,304(**)	,685(**)	,493(**)	,639(**)	,333(**)	,670(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,001	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	JUMLAH
Item_1	Pearson Correlation	1	,423(**)	,053	,123	,109	,107	,106	,476(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,599	,221	,282	,291	,294	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_2	Pearson Correlation	,423(**)	1	,302(**)	,069	,061	,272(**)	-,022	,477(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,494	,547	,006	,826	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_3	Pearson Correlation	,053	,302(**)	1	,253(*)	,490(**)	,196	,004	,602(**)
	Sig. (2-tailed)	,599	,002		,011	,000	,051	,968	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_4	Pearson Correlation	,123	,069	,253(*)	1	,246(*)	,063	,182	,481(**)
	Sig. (2-tailed)	,221	,494	,011		,014	,531	,070	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_5	Pearson Correlation	,109	,061	,490(**)	,246(*)	1	,088	,013	,506(**)
	Sig. (2-tailed)	,282	,547	,000	,014		,383	,898	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_6	Pearson Correlation	,107	,272(**)	,196	,063	,088	1	,186	,468(**)
	Sig. (2-tailed)	,291	,006	,051	,531	,383		,064	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_7	Pearson Correlation	,106	-,022	,004	,182	,013	,186	1	,391(**)
	Sig. (2-tailed)	,294	,826	,968	,070	,898	,064		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
JUMLAH AH	Pearson Correlation	,476(**)	,477(**)	,602(**)	,481(**)	,506(**)	,468(**)	,391(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Uji validitas Kepuasan Konsumen (Y)

		y1	y2	y3	JUMLAH
y1	Pearson Correlation	1	,487(**)	,034	,647(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,735	,000
	N	100	100	100	100
y2	Pearson Correlation	,487(**)	1	,189	,679(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,060	,000
	N	100	100	100	100
y3	Pearson Correlation	,034	,189	1	,730(**)
	Sig. (2-tailed)	,735	,060		,000
	N	100	100	100	100
JUMLAH	Pearson Correlation	,647(**)	,679(**)	,730(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

1. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	100	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,626	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	15,8200	4,210	,322	,595
X1.2	15,9400	4,138	,316	,596
X1.3	16,0400	4,705	,131	,636
X1.4	15,8600	3,495	,476	,542
X1.5	15,9800	4,121	,252	,617
X1.6	15,8800	3,844	,464	,554
X1.7	16,0000	4,586	,109	,649
X1.8	15,9500	3,785	,508	,542

2. Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	100	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,563	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	13,9100	3,194	,264	,535
X1.2	13,8500	3,018	,313	,517
X1.3	13,7200	2,628	,428	,464
X1.4	13,7900	2,915	,299	,520
X1.5	13,7900	2,733	,322	,510
X1.6	13,8200	2,977	,274	,530
X1.7	13,7800	3,143	,133	,586

3. Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	100	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,677	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	15,6800	,484	,334	,564
y2	15,5500	,435	,329	,563
y3	15,5900	,427	,314	,630

Uji Normalitas
Hasil Uji Normalitas
One-sample kolmogorov-Smirnov Test

		kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Unstandardized Residual
N		100	100	100	100
Normal Parameters(a,b)	Mean	7,4100	18,2100	18,5100	,0000000
	Std. Deviation	1,05500	2,25762	2,04739	1,03253894
Most Extreme Differences	Absolute	,232	,107	,140	,118
	Positive	,168	,086	,140	,073
	Negative	-,232	-,107	-,098	-,118
Kolmogorov-Smirnov Z		2,320	1,068	1,396	1,180
Asymp. Sig. (2-tailed)		,350	,204	,241	,124

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber: Hasil output spss

Uji Multikolinieritas
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error	Toleranc e	VIF
1	(Constant)	5,062	,680		7,449	,000		
	Kualitas Pelayanan	,295	,015	,185	3,856	,006	,987	1,013
	Kualitas Produk	,338	,117	,018	3,179	,010	,987	1,013

a Dependent Variable: kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil output spss

Uji Heteroskedastisitas
Hasil Uji Heteroskedastisita
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	,547	,421		1,301	,196
	Kualitas Pelayanan	,014	,065	,022	,213	,832
	Kualitas Produk	,021	,072	,030	,296	,768

a Dependent Variable: Abs_Y

Sumber: Hasil Output Spss

Uji Autokolerasi
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,668(a)	,446	,242	,522	1,721

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

b Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Output Spss

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: kepuasan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,668(a)	,446	,242	,52123

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

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50,195	2	28,597	47,199	,000(a)
	Residual	45,353	97	,272		
	Total	95,548	99			

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

b Dependent Variable: kepuasan Konsumen

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	5,062	,680		7,449	,000
	Kualitas Pelayanan	,295	,015	,185	3,856	,006
	Kualitas Produk	,338	,117	,018	3,179	,010

a Dependent Variable: kepuasan Konsumen