

## **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di KFC Tangerang City Mall**

*Jessica Natalia*  
*Universitas Buddhi Dharma*  
Email : [jessicanataliaa3112@gmail.com](mailto:jessicanataliaa3112@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Tujuan disusunnya penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di KFC Tangerang City Mall, (2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di KFC Tangerang City Mall, (3) Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di KFC Tangerang City Mall, dan (4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di KFC Tangerang City Mall.

Dalam penelitian ini adapun metode yang digunakan yaitu kuantitatif dan kualitatif dimana penulis menggunakan metode *Sampling Probability* untuk mengumpulkan responden sebanyak 250 responden pelanggan dari KFC Tangerang City Mall. Dalam mengumpulkan data, maka digunakan data primer dan sekunder, serta teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang diolah dalam SPSS versi 18.

Berdasarkan penelitian yang penulis susun terdapat hasil yang dinyatakan bahwa: (1) Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, (2) Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, (3) Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan (4) Kualitas produk, harga, dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan

## ***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND SERVICE OF CUSTOMER SATISFACTION IN KFC TANGERANG CITY MALL***

### ***ABSTRACT***

*The aims of this study were (1) to determine the effect of product quality on customer satisfaction at KFC Tangerang City Mall, (2) to determine the effect of price on customer satisfaction at KFC Tangerang City Mall, (3) to determine the effect of service on customer satisfaction at KFC Tangerang City Mall, and (4) to determine the effect of product quality, price and service on customer satisfaction at KFC Tangerang City Mall.*

*In this study, the methods used were quantitative and qualitative where the author used the Sampling Probability method to collect 250 customer respondents from KFC Tangerang City Mall. In collecting data, primary and secondary data were used, and the data collection technique used was a questionnaire processed in SPSS version 18.*

*Based on the research that the authors compiled, there were results which stated that : (1) Product quality affects customer satisfaction, (2) Prices affect customer satisfaction, (3) Services affect customer satisfaction, and (4) Product quality, price, and service effect on customer satisfaction.*

***Keywords : Product Quality, Price, Services, and Costumer Satisfaction***

## PENDAHULUAN

Pada zaman modern seperti saat ini, bisnis kuliner mengalami perkembangan secara konsisten disetiap tahunnya sehingga membuat antar pebisnis berbondong-bondong untuk bersaing dengan ditandai munculnya berbagai restoran baru. Bisnis kuliner tumbuh karena adanya kebutuhan pokok makan masyarakat yang harus dipenuhi, mulai dari snack hingga makanan pokok yang mana berupa nasi lengkap dengan lauk di restoran. Semakin banyak perusahaan yang bergerak dibidang makanan, maka sudah menjadi tuntutan bagi perusahaan untuk lebih berinovasi agar memiliki nilai tambah, yang dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen itu sendiri.

Kota Tangerang salah satu kota yang ramai penduduk dan terkenal akan makanan khas maupun *junk food* yang dapat dilihat dimana-mana, baik itu dipinggir jalan hingga di pertokoan. Kentucky Fried Chicken (KFC) adalah salah satunya, sebuah restoran makanan cepat saji yang menjual ayam goreng populer dan menjadi tujuan tempat makan yang sangat diminati baik untuk anak muda hingga lanjut usia. Dilihat dari antrian di KFC Tangerang City Mall yang selalu ramai membuat restoran ayam goreng tersebut memiliki citra kualitas produk yang baik dan pelanggan yang berdatangan merasa puas dengan ayam goreng yang dihasilkan. Harga yang ditawarkan disetiap gerai KFC sama dan terbilang cukup murah, sesuai dengan target yang ingin dituju (Winda, C O, 2022). Adanya pesaing disekitar restoran membuat persaingan semakin tinggi, konsumen berbondong-bondong memilih restoran dengan harga yang lebih murah.

Di setiap gerai KFC tentunya memiliki pelayanan yang berbeda karena didukungnya SDM yang berbeda. KFC Tangerang City Mall memiliki pelayanan yang kurang tanggap, karena ramainya pengunjung membuat meja yang telah digunakan pelanggan lain belum dibersihkan. Tetapi, setelah meminta untuk dibersihkan, mereka dengan cepat menghampiri dan membersihkan bekas makanan dari pelanggan sebelumnya. Selain itu, dapat dilihat bahwa setiap karyawan di restoran memberikan respon yang baik terhadap segala pertanyaan dan meminta sesuatu.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Produk

Menurut (Oktaviani & Hernawan, 2022) mengatakan bahwa : Kualitas produk merupakan produk yang mampu untuk memenuhi segala kebutuhan dan harapan pelanggan mulai dari beberapa aspek yang mencakup pada produk berkualitas, seperti daya tahan, penggunaannya, dan sebagainya.

Menurut (Meyliana & Santosa, 2022) mengatakan bahwa : Produk yang memiliki kualitas baik memiliki standar yang berbeda, dipengaruhi oleh tanggapan dari konsumen/pelanggan mulai dari rasa puas dan pembelian berulang. Dengan ini, kelompok pemasar perlu memasarkan produk yang berguna untuk mendapatkan *feedback* baik dari penerima produk atau jasa.

Melalui definisi dari berbagai ahli diatas konklusi yang dapat ditemukan penulis, kualitas produk merupakan kinerja atau memiliki kapabilitas yang mampu memenuhi segala kebutuhan atau keinginan dari pelanggan.

### Harga

Menurut (Mursalin & Octavia, 2021) mengatakan bahwa : Harga merupakan sebuah *value* atau nilai yang digunakan untuk mendapatkan produk atau layanan melalui perhitungan, pemahaman, serta pengambilan risiko agar tetap mendapatkan keuntungan yang sesuai atas biaya yang dikeluarkan.

Menurut (Supriyanto & Janamarta, 2022) mengatakan bahwa : Harga bukanlah sekedar angka yang tercetak pada *price tag* disetiap barang atau jasa, harga sangat beragam dan memiliki fungsi yang banyak. Ketika konsumen/pelanggan ingin mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual.

Melalui definisi dari berbagai ahli diatas konklusi yang dapat ditemukan penulis, harga merupakan sejumlah benda yang bernilai dan berguna untuk menjadi alat tukar seseorang agar mendapatkan barang/jasa yang diinginkan.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono yang dikutip oleh (Indrasari, 2019) mengatakan bahwa : Pelayanan yang berkualitas dapat ditandai melalui produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen/pelanggan melalui pelayanan yang diberikan dari perusahaan.

Menurut (Hernawan & Andy, 2018) mengatakan bahwa : Dalam menentukan keberhasilan perusahaan, pelayanan sangat berperan penting. Dalam bidang retail pelayanan yang ditawarkan dapat berbentuk produk yang premium, harga mampu bersaing, dan penawaran yang menarik.

Melalui definisi dari berbagai ahli diatas konklusi yang dapat ditemukan penulis, kualitas pelayanan atau pelayanan merupakan sekumpulan kegiatan yang diperuntukan pada konsumen/pelanggan dalam memenuhi kebutuhan serta keinginannya.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Fatihudin & Firmansyah, 2019) mengatakan bahwa : Untuk mengetahui seberapa baik umpan balik pelanggan/konsumen terhadap produk atau jasa yang diterima, ditandari dari perasaan puas yang dirasakan oleh mereka.

Menurut (Syah, 2021) mengatakan bahwa : Konsumen merasakan kepuasan atau kekecewaan setelah menggunakan produk atau jasa perusahaan. Kesenangan muncul jika produk memenuhi harapan mereka, sedangkan kekecewaan terjadi jika produk gagal terkirim. Membandingkan satu produk dengan produk lainnya adalah praktik yang sering dilakukan oleh penerima produk/jasa

Melalui definisi dar berbagai ahli diatas konklusi yang dapat ditemukan penulis, kepuasan pelanggan merupakan sebuah opini atau apa yang dirasakan seseorang dimana pelanggan merasa kebutuhan dan keinginannya terpenuhi.

## **METODE**

### **Jenis Penelitian**

Riset ini penulis memakai metode kuantitatif dimana berupa data angka yang kemudian akan dianalisis atau dijelaskan melalui metode kualitatif

### **Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan KFC Tangerang City Mall sebagai objek penelitian yang dipilih penulis.

### **Jenis Data**

Riset yang disusun ini, terdapat data primer berupa kuesioner tentang beberapa aspek yang disebarkan, selain itu terdapat data sekunder yang digunakan, seperti melalui teori, seperti buku, jurnal, atau artikel.

### **Populasi**

Pada penelitian ini penulis memberikan kesempatan kepada seluruh pelanggan dari KFC Tangerang City Mall untuk mengisi kuesioner yang disebarkan.

### Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 250 pelanggan dari KFC Tangerang City Mall yang mewakili. Menurut (Sugiyono, 2017) mengatakan bahwa : standarisasi sampel yang baik adalah 30 sampai 500 responden.

### Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data untuk diolah, maka terdapat beberapa teknik yang digunakan yaitu, uji asumsi klasik, Uji determinasi ( $R^2$ ), uji T, serta uji F. Dalam mengolah data, penulis menggunakan SPSS versi 18.

## HASIL

### Uji Determinasi ( $R^2$ )

Berguna untuk mengemukakan seberapa pengaruh antar variabel independen dengan dependen juga digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersamaan seperti apa, apakah variabel independennya berpengaruh simultan pada variabel dependennya atau tidak.

### Parsial

Model	R	R Square
1	.749 <sup>a</sup>	.560

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Kolom R Square didapatkan nilai sebesar 0,560. Maka, dapat ditemukan pengaruh kualitas produknya adalah 56% kepada kepuasan pelanggan, terdapat sisa berjumlah 44% yang mana ditemukan dari  $100\% - 56\% = 44\%$

Model	R	R Square
1	.765 <sup>a</sup>	.585

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Kolom R Square didapatkan nilai sejumlah 0,585. Maka, dapat ditemukan pengaruh harganya terhadap kepuasan pelanggan sebesar sebesar 58,5%, sedangkan sisanya berjumlah 41,5% yang berasal dari  $100\% - 58,5\% = 41,5\%$

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square
1	.878 <sup>a</sup>	.771

a. Predictors: (Constant), Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Kolom R Square didapatkan nilai sebesar 0,771. Maka, dapat ditemukan pengaruh pelayanannya terhadap sebesar 77,1% kepada kepuasan pelanggan, terdapat sisa 22,9% yang mana ditemukan dari  $100\% - 77,1\% = 22,9\%$

### Simultan

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.902 <sup>a</sup>	.814	.812

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Ditemukannya nilai sejumlah 0,812 pada kolom Adjusted R Square dimana seluruh variabel bebas memiliki pengaruh sebesar 81,2% terhadap variabel terikatnya. Sedangkan sisanya  $100\% - 81,2\% = 18,8\%$ .

### Uji T (Parsial)

Berguna untuk mengemukakan signifikan atau tidaknya pada setiap variabel bebas dengan terikatnya.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	6.198	.000
	Kualitas Produk	17.782	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Jika dilihat diatas dapat dikemukakan memang signifikan lebih kecil dibanding 0,05. Jika diperhatikan t hitung lebih besar  $17,782 > 1,651071$ , maka hasilnya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga memang kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang mana signifikan.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	5.825	.000
	Harga	18.709	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Jika dilihat diatas dapat dikemukakan memang signifikan lebih kecil dibanding 0,05. Jika diperhatikan t hitung lebih besar  $18,709 > 1,651071$ , maka hasilnya  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Sehingga memang harga punya pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang signifikan.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		t	Sig.
	(Constant)	4.012	.000
	Pelayanan	28.858	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Jika dilihat diatas dapat dikemukakan memang signifikan lebih kecil dibanding 0,05. Jika diperhatikan t hitung lebih besar  $28,858 > 1,651071$ , maka hasilnya  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya bahwa memang pelayanan ini punya pengaruh kepada kepuasan pelanggan yang signifikan.

### Uji F (Simultan)

Berguna mengemukakan signifikan atau tidaknya pada setiap variabel bebas dengan terikatnya secara simultan.

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	F	Sig.
Regression	358.622	.000 <sup>a</sup>
Residual		
Total		

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Jika dilihat diatas ditemukan bahwa memang signifikan lebih kecil dibanding 0,05. Jika diperhatikan juga  $f$  hitung lebih besar  $358,622 > 2,641296$ , maka hasilnya  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima. Sehingga konklusi yang didapat adalah kepuasan pelanggan benar-benar dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan pelayanan secara bersamaan dan signifikan.

### KESIMPULAN

Berlandaskan hasil yang ditemukan oleh penulis, maka dapat ditarik konklusi berupa, ditemukan kualitas produk  $t$  hitungnya  $17,782 > 1,651071$  lebih besar dari  $t$  tabel dan tingkat signifikan ada pada dibawah 5%, maka dinyatakan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh kualitas produk dengan signifikan. Selain itu  $t$  hitung dari harga juga lebih besar daripada  $t$  tabelnya yaitu,  $18,709 > 1,651071$  dengan tingkat signifikan 0,000 berada dibawah 5%, sehingga hasilnya menunjukkan bahwa harga ini memang terdapat pengaruh pada kepuasan pelanggan yang signifikan. Penulis juga menemukan bahwa  $t$  hitung dari variabel pelayanan lebih besar daripada  $t$  tabel yaitu,  $28,858 > 1,651071$  dengan tingkat signifikan 0,000 berada dibawah 5%, sehingga hasilnya menunjukkan bahwa pelayanan ini memang terdapat pengaruh pada kepuasan pelanggan yang signifikan. Dalam konklusi dari riset ini maka, ditemukan secara simultan variabel terikatnya dipengaruhi oleh seluruh variabel bebas, dimana  $f$  hitung  $358,622 > 2,641296$  yang mana lebih besar daripada  $f$  tabelnya, serta signifikan ada pada dibawah 5%.

### REFERENSI

- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa : Strategi Mengukur Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hernawan, E., & Andy. (2018). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GERAJ ALFAMIDI TAMAN ROYAL TANGERANG. *Primanomics : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Lihardo, J., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik Pada Tokopedia Di Masa Pandemi Covid-19. *EMABI : Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 4.
- Meyliana, D., & Santosa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Haje Coffee). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis*, 2.
- Mursalin, A., & Octavia, D. (2021). *Manajemen Pemasaran I*. Yogyakarta: Deepublish.
- Oktaviani, S., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica. *EMaBi : Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 4.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supriyanto, & Janamarta, S. (2022). Pengaruh Merek Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Helm Merek Kyt (Studi Kasus Pada Konsumen Helm Kyt Di Kota Tangerang). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis*, 3.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti.

Winda, C O, A. (2022). Pengaruh Sistem Aplikasi E-Wallet, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Citra Raya. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3, 1–8.