

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *MCDONALD'S* DI KOTA PADANG

Mohammad Ikhsan, Suci Rahma Nio
Universitas Negeri Padang
e-mail: ikhsanmades9@gmail.com

Abstract: *The relationship of service quality to McDonald's consumer satisfaction in the city of Padang. The purpose of this research is to views the relationship between service quality with McDonald's consumer satisfaction in the padang city, with a correlational quantitative research design. The study was conducted at McDonald's in the padang city with a number of subjects 60 people who were in place and using purposive sampling techniques. Data collection using a scale of customer satisfaction with the number of items 45 with a reliability value of 0.951 while on a service quality scale of 36 items with a reliability value of 0.893, the data is processed using the product moment correlation technique from Karl Pearson. The results showed that there was a positive relationship with the value of $r = 0.416$ with $(p) = 0.001$ ($p < 0.01$) indicating that there was a significant positive relationship between service quality and McDonald's consumer satisfaction on padang city.*

Key Word: *Consumer satisfaction, service quality, McDonald's city of Padang*

Abstrak: **Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *McDonald's* di kota Padang.** Tujuan dari penelitian adalah melihat adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *McDonald's* di kota Padang, dengan desain penelitian kuantitatif korelasional. Penelitian dilakukan di *McDonald's* di kota Padang dengan jumlah subjek 60 orang yang sedang berada ditempat dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan skala kepuasan konsumen dengan jumlah item 45 dengan nilai reliabilitas 0,951 sedangkan pada skala kualitas pelayanan yang berjumlah 36 item dengan nilai reliabilitas 0,893, data diolah dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Hasil menunjukkan terdapat hubungan yang positif dengan nilai $r=0,416$ dengan $(p) = 0,001$ ($p<0,01$) menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *McDonald's* di kota Padang.

Kata kunci: Kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, *McDonald's* kota Padang

PENDAHULUAN

Semakin berkembang pesat makanan pada saat sekarang ini, tidak luput dari makanan yang telah ada saat ini yaitu adalah makanan cepat saji yang menjadi diskusi menarik pada masa sekarang, mereka diharuskan mencoba mengikuti kemajuan zaman sehingga kebutuhan-kebutuhan instan menjadi penyebab terhadap suatu produk yang selalu meningkat. Peningkatan itu terlihat pada laporan Pusparisa (2019) sebuah perusahaan statistik asal Jerman mengenai merek makanan cepat saji yang memiliki *brand value* atau nilai merek terbesar. Salah satu *McDonald's* menempati peringkat pertama dari 10 merek terkenal dunia lainnya, *McDonald's* memiliki nilai merek sebesar US\$ 130,4 Millyar atau setara Rp.1.826 Trilliun, menghasilkan pendapatan mendekati sebesar US\$ 38,5 Millyar pada tahun 2018, sedangkan *KFC* mengikuti dengan masing-masing nilai merek sebesar US\$ 17,2 Millyar. Laporan dari Dwijayanto, (2019) Indonesia memiliki banyak produsen makanan cepat saji seperti *McDonald's*, *KFC*, dan salah satu produk lokal yaitu *D'Besto* dengan jumlah gerai masing-masing 198 untuk *McDonald's*, 714 gerai untuk *KFC*. Sedangkan *D'Besto* memiliki 231 gerai (Topsatu, 2019), berbagai makanan cepat saji tersebut sudah tersebar ke berbagai kota di Indonesia.

Berbagai macam merek makanan cepat saji, *McDonald's* restoan cepat saji yang banyak dikenali masyarakat Indonesia. *McDonald's* sendiri merupakan produk asal Amerika Serikat yang didirikan pada tahun 1940 oleh *Dick* dan *Mac McDonald* di San Bernardino, California sebelum sebelum dibeli oleh *Ray Kroc* setelah itu diperluas ke semua penjuru dunia. Saat tahun 1991 *McDonald's* perdana masuk ke Indonesia tepatnya di Sarinah, Thamrin Jakarta. (McDonald's, 2019). *McDonald's* memiliki ragam makanan sesuai dengan selera masyarakat Indonesia dengan cipta rasa local. Berdasarkan pemahaman pihak *McDonald's*, mereka mengeluarkan menu lokal seperti nasi uduk McD, ayam kremes sambal uleg McD, *burger* rendang McD, *burger* sate McD, *burger* balado McD, serta ayam geprek McD, dan *McFlurry* markisa dan rujak pedas (Febriani, 2018)

Peneliti telah melakukan wawancara pada tanggal 9 Desember 2019 di kota Padang dengan salah satu asisten manajer *McDonald's* disalah satu gerai yang ada di Indonesia. Wawancara dengan manajer *McDonald's* di kota Padang mengenai SOP yang dijalankan oleh karyawan perihal pelayanan. Pelayanan yang dilakukan dimulai dari sambutan karyawan terhadap konsumen yang datang dengan cara mengambil nampan di atas meja konter lalu

menawarkannya, meminta konsumen memilih apakah akan makan ditempat atau dibawa pulang, membuat pesanan, kemudian kembali mengulangi pesanan agar tidak ada kekeliruan.

Menurut Tjiptono (2007) kepuasan konsumen *McDonald's* dilihat dari evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan konsumen dengan harapan yang diinginkan. Konsumen yang puas akan berniat membeli kembali produk yang sama di masa akan datang dan menjadi pelanggan tetap, sedangkan yang tidak puas memiliki sikap negatif dengan tidak lagi mengunjungi *McDonald's*. Hal ini ditandai dengan adanya kekecewaan para konsumen yang terlihat dari konsumen yang mencari restoran lain yang memiliki jenis produk yang sama atau mencoba untuk membuka layanan dan produk yang sama.

Upaya dalam peningkatan kepuasan konsumen terhadap jasa pelayanan yang diberikan maka demikian peneliti tertarik melaksanakan penelitian untuk mengetahui sejauh mana konsumen merasa puas dalam menikmati pelayanan yang diberikan oleh perusahaan *McDonald's* di kota Padang. Kota Padang menjadi pilihan peneliti karena *McDonald's* adalah gerai makanan cepat saji pertama yang ada di Sumatera Barat yaitu berada di kota Padang yang masuk pada awal tahun 2014 (McDonald's, 2019). Kenyataannya *McDonald's* kota Padang

pada umumnya sebagian besar para konsumen yang datang adalah dari kota itu sendiri.

Peneliti melakukan wawancara pada 10 orang konsumen yang berada di *McDonald's* kota Padang pada tanggal 7 Januari 2020. Beberapa konsumen memberikan ulasan terhadap pelayanan yang mereka terima di *McDonald's*, 6 dari 10 orang mengatakan mereka memiliki beberapa keluhan yang disebabkan pelayanan yang kurang memuaskan, 2 orang mengatakan puas karena mendapatkan pelayanan yang baik dan 2 orang lainnya mengatakan biasa saja karena memang sesuai SOP yang seharusnya. Hasil data wawancara yang telah dikumpulkan oleh peneliti, tanggapan dari beberapa konsumen memberikan ulasan. 1) konsumen mengatakan pada saat berada di *order taker* karyawan lamban akan melayani pembelian terhadap konsumen, 2) memberi tanggapan bahwa konsumen merasakan pelayanan yang tidak tepat sesama karyawan dengan logat bahasa daerah, 3) konsumen mengatakan, makanan yang diberikan terkadang ada yang lupa salah satu pesanan yang dipesan awal pembelian 4) konsumen melihat kurangnya kebersihan terhadap restoran *McDonald's* seperti kebersihan meja, toilet dan lantai 5) konsumen mengatakan makanan yang disajikan tidak sesuai yang di inginkan, seperti es krim

Corn atau *McFlurry* yang mencair, 6) konsumen mengatakan keramah tamahan antara karyawan dengan konsumen kurang, dengan gaya mereka yang melayani konsumen.

Dari hasil wawancara, data yang didapat oleh peneliti menemukan adanya beberapa karyawan yang kurang melayani konsumen sesuai SOP sehingga pihak konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan seperti halnya makanan yang tidak sesuai dengan gambar yang tertera, keramah tamahan karyawan, dan kebersihan dapur yang berdampak pada kualitas pelayanan karyawan di *McDonald's*. Naser et al., (1999) mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas pelayanan yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan konsumen sudah pernah diteliti sebelumnya oleh Wibowo, Sarih, dan Murti (2014). Dengan hasil yang didapati adanya hubungan positif antara Kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sudah pernah diteliti sebelumnya oleh Wibowo et al. (2014) dengan hasil terdapat hubungan positif antara pelayanan dengan

kepuasan konsumen, penelitian dilakukan pada perusahaan Indomaret Palmerah. Oleh karena itu penelitian dengan judul “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen *McDonald's* di Kota Padang”.

METODE

Berdasarkan jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penelitian bersifat pada data dan angka. Penelitian memiliki 2 variabel yaitu, 1. Kualitas Pelayanan variabel bebas, 2. Kepuasan Konsumen variabel terikat. Jadi, dasar pada penelitian ini peneliti ingin melihat hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *McDonald's* di kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *McDonald's* kota Padang. Teknik ini pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dilakukan berdasarkan kriteria atau karakteristik yang telah dilakukan oleh peneliti (Sugiyono, 2013).

Pengambilan sampel dilakukan dengan konsumen yang berada dan mengkonsumsi makanan yang ada di *McDonald's* kota Padang, dengan ciri-ciri sebagai berikut. 1. Konsumen dengan rentang usia remaja-dewasa awal, 2. Konsumen yang sedang berada dikota Padang, 3. Konsumen lebih dominan mengunjungi *McDonald's* dibanding

makanan cepat saji lainnya. Menyusun alat ukur yang digunakan pada penelitian ini berbentuk skala, yaitu model skala *likert*. Berdasarkan penelitian ini menggunakan skala kualitas pelayanan dan skala kepuasan konsumen, alat ukur yang di gunakan perolehan skala yang disusun oleh Yogi Kurniawan (Kurniawan, 2019) dan telah melalui modifikasi oleh peneliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrument yang diberikan kepada subjek berupa angket atau kuesioner kemudian disediakan dengan pilihan jawaban menggunakan skala *Likert*, menurut Sugiyono (2013) untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi dapat menggunakan skala dan pilihan jawaban *interval* yang memiliki gradasi dari sangat tidak sesuai sampai sangat sesuai dalam skala *Likert* item dibagi menjadi dua, yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Hasil uji coba skala kualitas pelayanan dengan jumlah item 36 yang valid

dengan skor nilai indeks 0,300 – 0,681 dan reliabilitas 0,893, sedangkan pada uji coba skala kepuasan konsumen dengan jumlah item 45 yang valid dengan skor nilai indeks 0,311 – 0,865 dan reliabilitas 0,951. Kemudian data di analisis dengan uji korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Karl Pearson dan diolah secara statistik (Winarsunu, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Deskripsi data penelitian ini adalah gambaran mengenai subjek penelitian yang disurvei dan subjek penelitian ini berjumlah 60 orang konsumen yang pernah mengkonsumsi makanan dan berada di restoran *McDonald's* kota Padang. Pada variabel kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen *McDonald's* kota Padang terdapat pada kategori sedang 63,3%. Kategori subjek berdasarkan aspek dengan rinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel.1
Kategorisasi Skor Subjek Berdasarkan Aspek-Aspek Kualitas Pelayanan

No	Aspek	Skor	Kategori	Subjek	
				F	Persentase(%)
1	<i>Reliability</i>	$39 \leq X$	Sangat Tinggi	0	0%
		$33 \leq X < 39$	Tinggi	6	10%
		$27 \leq X < 33$	Sedang	25	41,7%
		$21 \leq X < 27$	Rendah	27	45%
		$X < 21$	Sangat Rendah	2	3,3%
Total				60	100%
2	<i>Responsiveness</i>	$13 \leq X$	Sangat Tinggi	4	6,7%
		$11 \leq X < 13$	Tinggi	8	13,3%
		$9 \leq X < 11$	Sedang	21	35%
		$7 \leq X < 9$	Rendah	23	38,3%
		$X < 7$	Sangat Rendah	4	6,7%
Total				60	100%
3	<i>Assurance</i>	$35,75 \leq X$	Sangat Tinggi	0	0%
		$30,25 \leq X < 35,75$	Tinggi	1	1,7%
		$24,75 \leq X < 30,25$	Sedang	15	25%
		$19,25 \leq X < 24,75$	Rendah	35	58,3%
		$X < 19,25$	Sangat Rendah	9	15%
Total				60	100%
4	<i>Empathy</i>	$19,5 \leq X$	Sangat Tinggi	0	0%
		$16,5 \leq X < 19,5$	Tinggi	15	25%
		$13,5 \leq X < 16,5$	Sedang	20	33,3%
		$10,5 \leq X < 13,5$	Rendah	22	36,7%
		$X < 10,5$	Sangat Rendah	3	5%
Total				60	100%
5	<i>Tangibles</i>	$9,75 \leq X$	Sangat Tinggi	0	0%
		$8,25 \leq X < 9,75$	Tinggi	0	0%
		$6,75 \leq X < 8,25$	Sedang	8	13,3%
		$5,25 \leq X < 6,75$	Rendah	31	51,7%
		$X < 5,25$	Sangat Rendah	21	35%
Total				60	100%

Kepuasan konsumen pada *McDonald's* di kota Padang sebagian besar pada kategori sedang, yaitu sebanyak 38 orang (63,3%). Kategori subjek berdasarkan aspek kepuasan

konsumen dapat dilihat berdasarkan aspek kepuasan konsumen dapat dilihat berdasarkan aspek-aspek secara rinci pada tabel berikut:

Tabel.2
Kategorisasi Skor Subjek Berdasarkan Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen

No	Aspek	Skor	Kategori	Subjek	
				F	Persentase(%)
1	Harapan	$26 \leq X$	Sangat Tinggi	0	0%
		$22 \leq X < 26$	Tinggi	2	3,3%
		$18 \leq X < 22$	Sedang	17	28,3%
		$14 \leq X < 18$	Rendah	35	58,4%
		$X < 14$	Sangat Rendah	6	10%
Total				60	100%
2	Kualitas/Kinerja	$35,75 \leq X$	Sangat Tinggi	0	0%
		$30,25 \leq X < 35,75$	Tinggi	2	3,3%
		$24,75 \leq X < 30,25$	Sedang	35	58,4%
		$19,25 \leq X < 24,75$	Rendah	17	28,3%
		$X < 19,25$	Sangat Rendah	6	10%
Total				60	100%
3	Perbandingan	$16,25 \leq X$	Sangat Tinggi	0	0%
		$13,75 \leq X < 16,25$	Tinggi	7	11,7%
		$11,25 \leq X < 13,75$	Sedang	30	50%
		$8,75 \leq X < 11,25$	Rendah	21	35%
		$X < 8,75$		2	3,3%
Total				60	100%
4	<i>Confirmation</i> atau <i>Disconfirmation</i>	$32,5 \leq X$	Sangat Tinggi	0	0%
		$27,5 \leq X < 32,5$	Tinggi	0	0%
		$22,5 \leq X < 27,5$	Sedang	39	65%
		$17,5 \leq X < 22,5$	Rendah	19	31,7%
		$X < 19,25$	Sangat Rendah	2	3,3%
Total				60	100%
5	Ketidaksesuaian	$35,75 \leq X$	Sangat Tinggi	2	3,3%
		$30,25 \leq X < 35,75$	Tinggi	2	3,3%
		$24,75 \leq X < 30,25$	Sedang	37	61,7%
		$19,25 \leq X < 24,75$	Rendah	18	30%
		$X < 19,25$	Sangat Rendah	1	1,7%
Total				60	100%

Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, dilakukan uji normalitas berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat dilihat hasil uji normalitas pada variabel kualitas pelayanan diperoleh dengan nilai $K-SZ = 0,735$ dan nilai $Asymp.sig (2-tailed)$ sebesar $p=0,652$ dengan $p>0,05$. Pada variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai $K-SZ = 0,762$ dan nilai $Asymp.sig (2-tailed)$ sebesar $p=0,606$ dengan $p>0,05$. Hasil uji normalitas pada kedua variabel dalam penelitian menunjukkan keterangan distribusi normal.

Hasil uji coba linearitas menunjukkan pada penelitian bahwa pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah $F= 18,562$ yang memiliki $p=0,000$ ($p<0,01$) dengan berarti asumsi linear ini terpenuhi. Kemudian pada uji hipotesis penelitian ini menunjukkan hasil korelasi tentang adanya hubungan kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan pada konsumen *McDonald's* diperoleh korelasi (r_{xy}) sebesar $0,416$ dengan signifikan (p) = $0,001$ ($p<0,01$). Hal ini menunjukkan koefisien korelasi adanya hubungan terhadap kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *McDonald's* di kota Padang.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bahwa menemukan terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada

konsumen *McDonald's* di Kota Padang. Pada tabel terlihat kategori subjek kualitas pelayanan memperlihatkan secara umum kualitas pelayanan karyawan *McDonald's* dinilai baik oleh konsumen. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo et al. (2014) mengatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin baik kepuasan konsumen, begitu juga sebaliknya, semakin buruk kualitas pelayanan maka semakin buruk kepuasan konsumen. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo et al. (2014) mengatakan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen. Penelitian tersebut juga menunjukkan adanya pengaruh yang bernilai positif antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen. Hal ini juga memperlihatkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Apriyani & Sunarti, 2017) menunjukkan adanya kontribusi kualitas pelayanan sebesar $85,6\%$ terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan pada acuan diatas bahwa kualitas pelayanan secara keseluruhan berada pada kategori sedang sehingga hasil penelitian yang didapatkan kategori aspek sedang adalah *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Sedangkan aspek yang rendah adalah *tangibles*. Pada aspek

assurance (jaminan) dapat memberikan jaminan kepada konsumen, pengetahuan, keramahan juga terbebas dari bahaya dan resiko, sedangkan aspek *tangibles* (produk-produk fisik) ketersediaan fasilitas, perlengkapan, sarana yang ada di restoran tersebut harus ada proses jasa. Dengan ini *McDonald's* telah melakukan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumennya, seperti pemberian makanan tepat waktu dan kebersihan tempat.

Kategorisasi aspek kualitas pelayanan menunjukkan rata-rata berada pada kategori sedang dan hanya satu aspek dikategori rendah. Aspek yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016) mengatakan aspek *reliability* adalah kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara handal dan akurat, aspek pertama ini berada pada kategori rendah artinya kemampuan karyawan *McDonald's* untuk melakukan layanan dijanjikan atau ditampilkan dengan kurang handal dan akurat. Kotler dan Keller (2016) mengatakan aspek *responsiveness* adalah kesediaan karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan layanan yang cepat, aspek kedua ini berada dikategori rendah, artinya karyawan *McDonald's* kurang mampu membantu dan melayani konsumen dengan cepat, seperti karyawan yang melayani di *order taker*. Kotler dan Keller (2016) mengatakan aspek *assurance* adalah pengetahuan dan kesopanan

karyawan dan kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan kepercayaan diri, aspek ketiga ini berada pada kategori rendah artinya, pengetahuan karyawan *McDonald's* tergolong kurang mampu menginspirasi kepercayaan diri dan orang lain serta karyawan *McDonald's* dapat dikatakan cukup sopan dalam melayani konsumen. Kotler dan Keller (2016) mengatakan aspek *empathy* adalah perhatian individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya, aspek keempat ini berada dikategori rendah, artinya karyawan *McDonald's* kurangnya memberikan perhatian khusus atau keinginan secara individual saat melayani konsumen. Kotler dan Keller (2016) mengatakan aspek *tangibles* adalah fasilitas fisik, peralatan dan penampilan personal, aspek kelima ini berada dikategori rendah, artinya secara umum fasilitas dan peralatan di *McDonald's* dapat dikatakan kurang memadai dan penampilan personal karyawannya yang tergolong cukup buruk.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepuasan konsumen *McDonald's* secara keseluruhan pada kategori sedang. Pada hasil statistik dari aspek kepuasan konsumen bahwa kelima aspek mengkategorikan sedang. Kotler dan Keller (2016) mengatakan aspek kepuasan konsumen terdiri dari lima adalah, harapan (*expectation*), kinerja (*performance*),

perbandingan (*comparism*), penegasan (*confirmation or disconfirmation*), ketidaksesuaian (*discrepancy*) memiliki pengaruh yang besar terhadap terbentuknya kepuasan konsumen. Harapan konsumen meyakini peranan yang besar dalam penentuan kualitas produk dan kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan terdapat lima aspek kepuasan konsumen. Aspek pertama harapan adalah tahap sebelum terjadi jual beli terdapat suatu kondisi dengan mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu saat konsumen mengharapkan terhadap produk maupun jasa yang akan diterima konsumen. Aspek ini berada dikategori sedang, artinya konsumen *McDonald's* memiliki harapan yang cukup mempengaruhi kepuasan mereka seperti konsumen tersebut memiliki suatu harapan pada produk dan jasa yang akan mereka terima. Aspek kedua kinerja adalah selama konsumen menggunakan produk atau jasa, konsumen merasakan manfaat dari produk ataupun jasa itu telah diterima secara aktual dari faktor keinginan konsumen. Aspek ini berada pada kategori rendah artinya, selama konsumen menggunakan produk dan jasa di *McDonald's* konsumen tersebut merasakan kurang banyak manfaat yang diterima secara aktual dari faktor keinginan konsumen. Aspek ketiga perbandingan adalah setelah konsumen merasakan manfaat produk atau

jasa, harapan atau kesan dari harapan konsumen sebelum membeli dan memberikan tanggapan terhadap kinerja yang akan dibandingkan oleh konsumen. Aspek ini berada pada kategori sedang artinya, setelah konsumen merasakan manfaat produk atau jasa selama berada di *McDonald's*, konsumen tersebut memiliki kesan yang cukup mampu memberikan tanggapan terhadap kinerja karyawan yang akan dibandingkan oleh konsumen dengan karyawan restoran lain. Aspek keempat penegasan, merupakan suatu kondisi dimana harapan konsumen yang dipengaruhi oleh pengalaman konsumen terhadap penggunaan barang atau jasa tersebut. Konsumen akan *confirmation* apabila harapan konsumen sesuai dengan kinerja produk atau jasa, sebaliknya *disconfirmation* akan terjadi apabila harapan konsumen tidak sesuai dengan kinerja produk atau jasa tersebut. Aspek ini berada pada kategori sedang artinya, harapan konsumen *McDonald's* cukup sesuai dengan kinerja karyawan maupun produk yang diterima konsumen. Aspek terakhir ketidaksesuaian adalah hal yang tidak diharapkan oleh konsumen. Hal ini terjadi saat barang maupun jasa yang dibeli oleh konsumen tidak sesuai kehendak atau keinginan konsumen serta tidak sesuai dengan kinerja dari suatu produk atau jasa. Hal ini berdampak pada kepuasan konsumen sehingga konsumen yang tidak puas berusaha mencari tempat lain atau restoran

lain yang mampu memenuhi harapan dan keinginannya. Aspek ini berada pada kategori sedang artinya, ada hal yang tidak diharapkan oleh konsumen saat membeli produk atau menerima jasa dari karyawan *McDonald's*.

Berdasarkan dari hasil diatas dapat disimpulkan, bahwa kepuasan konsumen yang mengkonsumsi makanan dan penggunaan layanan pada karyawan *McDonald's* di kota Padang berada pada kategori sedang dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen berada pada kategori rendah. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) *service quality* atau kualitas pelayanan yang semakin bagus suatu jasa maupun layanan, maka semakin bagus komentar konsumen, maka kesan yang diberikan positif. Tapi sebaliknya jika suatu pelayanan buruk maka, tanggapan seorang konsumen bernilai negatif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian hasil penelitian dan uji hipotesis yang telah dilaksanakan, maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut

1. Secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen pada konsumen *McDonald's* di kota Padang dikategorikan sedang
2. Secara keseluruhan tingkat kualitas pelayanan pada konsumen

McDonald's di kota Padang dikategorikan rendah.

3. Berdasarkan hasil analisis korelasi tentang hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, diperoleh hasil yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *McDonald's* di kota Padang.

Saran

Adapun saran dari peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian diharapkan dapat memperluas pengetahuan dalam ilmu psikologi, dan memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu psikologi, terutama di bidang Psikologi Industri dan Organisasi dan Ilmu Manajemen SDM.
2. Bagi perusahaan PT. Rekso Nasional Food (*McDonald's* Indonesia) terutama *McDonald's* yang berada di kota Padang diharapkan lebih memperhatikan konsumen dan memberikan pelayanan yang prima sehingga membuat para konsumen merasa puas dengan pelayanan dan mengkonsumsi makanan di *McDonald's* tersebut. Seperti halnya pelayanan terhadap *Order Taker*, pelayanan kebersihan, keramah tamahan, dan juga kerapian karyawan

dengan melayani konsumen yang datang ke restoran tersebut.

Untuk peneliti selanjutnya dapat diharapkan mengkaji lebih banyak sumber atau referensi yang terkait pada kualitas pelayanan maupun kepuasan konsumen agar penelitian ini dapat lebih baik dan fokus

variabel-variabel tersebut. Kemudian dapat meningkatkan hasil yang lebih relevan dengan jumlah sampel yang lebih banyak, serta penelitian ini menjadi bahan rujukan untuk melakukan penelitian kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen kedepannya.

DAFTAR RUJUKAN

- Apriyani, D. A., & Sunarti. (2017). (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo) *Administrasi Bisnis (JAB)*, 51 No 2, 51(2), 1–7. [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](https://doi.org/10.32493/skr.v4il.605)
<https://doi.org/10.32493/skr.v4il.605>.
- Dwijayanto. (2019). Restoran siap saji terus menambah gerai baru. *kontan.co.id*. (2019, Desember 19). Retrieved from <https://businessinsight.kontan.co.id/news/restoran-siap-saji-terus-menambah-gerai-baru>.
- Febriani, R. T. (2018). Padukan Masakan Barat dan Kuliner Nusantara, 7 Menu McDonald's Ini Punya Cita Rasa Indonesia Banget. *tribunnews.com* (2019, Januari 7). Retrieved from <https://travel.tribunnews.com/2018/04/16>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson.
- Kurniawan, Y. (2019). *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Go-Jek Di Bukittinggi*. 0, 1–11.
- McDonald's. (2019). *Sejarah McDonald's Indonesia*. McDonald's Indonesia. *mcdonalds.co.id* (2019, Januari 9). Retrieved from <https://mcdonalds.co.id/about>
- Naser, K., Jamal, A., & Khatib, A. (1999). *Islamic Banking: A Study of Customer Satisfaction and Preferences in Jordan*. *International Journal of Bank Marketing*, 17(0265–2323), 135–151. <https://doi.org/10.1108/02652329910269275>
- Pusparisa, Y. (2019). McDonald's, Merek Restoran Cepat Saji Terbesar Dunia. *katadata.co.id*. (2020, Februari 4). Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/07/mcdonalds-pemimpin-pasar-restoran-cepat-saji>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service Quality & Satisfaction* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Topsatu. (2019). Usaha D'Besto Tidak Hanya Cari Untung tapi Juga Amal. *topsatu.com* (2019, Desember 17). Retrieved from <https://www.topsatu.com/usaha-dbesto-tidak-hanya-cari-untung-tapi-juga-amal>.
- Wibowo, Setyo Ferry Sarih, Iin pusfita Sarih Kresnamurti, A. (2014). Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Indomaret Palmerah). *Jurnal Riset Manajemen Sain Indonesia*, 5(January 2014), 304–324. <https://doi.org/10.1007/s00198-013-2493-4>
- Winarsunu, T. (2009). *Statistik dalam*

penelitian psikologi pendidikan.
Malang: UMM Press.