

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MC DONALD'S LIPPO CIKARANG**

Agustini Tanjung<sup>1</sup>, Daniel On Darius<sup>2</sup>, Jaka Surya Permana<sup>3</sup>, Khavild Solikhin<sup>4</sup>

*Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa*  
[agustini.tanjung@pelitabangsa.ac.id](mailto:agustini.tanjung@pelitabangsa.ac.id)<sup>1</sup>, [Danielondariussimanungkalit@gmail.com](mailto:Danielondariussimanungkalit@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[J.surya.p.000@gmail.com](mailto:J.surya.p.000@gmail.com)<sup>3</sup>, [Khavidsolikhin@gmail.com](mailto:Khavidsolikhin@gmail.com)<sup>4</sup>

### **ABSTRAK**

Seiring dengan bejalan nya waktu, masyarakat sekarang cenderung untuk makan makanan yang praktis dan ekonomis. Konsep tersebut juga meluas dengan maraknya para wirausaha yang menyiapkan makanan siap saji. Tingkat persaingan dalam restoran cepat saji terus meningkat, terutama di Indonesia sehingga banyak restoran cepat saji seperti Mc Donald's yang berupaya untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk, pelayanan dan fasilitas pada Mc Donald's. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Mc Donald's Lippo Cikarang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Mc Donald's di Lippo Cikarang dengan jumlah sampel 102 Responden. Metode pengambilan sampel adalah sample random dengan teknik menggumpulkan data menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kualitas produk berpengaruh kurang signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Lippo Cikarang.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Konsumen**

### **ABSTRACT**

*As time goes by, people now tend to eat practical and economical food. The concept is also widespread with the rise of entrepreneurs who prepare fast food. The level of competition in fast food restaurants continues to increase, especially in Indonesia so many fast food restaurants such as McDonald's are trying to create satisfaction for customers by improving the quality of products, services, and facilities at McDonald's. This study aimed to determine the effect of product quality, service quality, and facilities on McDonald's. This study aimed to determine the effect of product quality, service quality, and facilities on customer satisfaction at McDonald's Lippo Cikarang. This study uses quantitative research methods. The population in this study were McDonald's consumers in Lippo Cikarang with a sample size of 102 respondents. The sampling method is a random sample with the technique of collecting data using a questionnaire. The results of this study indicate that product quality has a less significant effect on customer satisfaction, service quality has a significant effect on customer satisfaction, and facilities have a significant effect on customer satisfaction. Simultaneously product quality, service quality, and facilities have a significant effect on customer satisfaction at McDonald's Lippo Cikarang*

**Keyword: Product Quality, Service Quality, Facilities, Customer Satisfaction**

## PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat sekarang cenderung untuk makan makanan yang praktis dan ekonomis. Konsepnya juga berbeda-beda mulai dari konsep hidangan cepat saji yang ditunjukkan untuk mereka yang sibuk dan punya waktu sedikit saja untuk makan. Konsep tersebut juga meluas dengan maraknya para wirausaha yang menyiapkan makanan siap saji hal ini dibuktikan dengan data dari Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat terkait jumlah usaha restoran, rumah makan dan café di Kabupaten Bekasi yang meningkat signifikan dari sebelumnya 200 pada 2018, menjadi 981 pada 2021. Realitas kehidupan manusia modern yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa segala sesuatu mudah untuk dilakukan dan didapatkan, khususnya seperti gaya hidup dan konsumsi sebagai akibat dari perubahan dan perkembangan zaman (Mambela 2020).

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan sangat ditentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan konsumen itu sendiri. Seiring makin banyaknya aktivitas diluar rumah yang sangat bervariasi oleh manusia, maka kesempatan orang yang bersifat cepat, praktis dan nyaman semakin tinggi. mendefinisikan kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal tersebut merupakan penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari barang/jasa itu sendiri memberikan fasilitas kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan nya (Kotler and Keller 2016). Konsumen layak untuk mendapatkan perhatian dan pelayanan yang lebih baik. Tingkat kepuasan pelanggan yaitu terpenuhinya harapan pelanggan yang diinginkan sesuai dengan kualitas produk, layanan dan kenyamanan tempat. Tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur dari kualitas suatu produk, dalam memilih restoran makanan cepat saji tentunya para konsumen ingin merasakan kualitas terbaik yang diberikan oleh restoran cepat saji. Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa, pembikinan dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan harapan pelanggan. Jadi kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan di dalam produk (barang dan jasa) dan digunakan untuk memenuhi harapan konsumen.

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan (Kotler and Keller 2016). Selain kualitas produk, Mc. donald's juga memberikan kualitas pelayanan yang baik berdasarkan data yang didapat dari dari *databoks.katadata.co.id* (2023) Mc donald's ada pada peringkat kedua restoran cepat saji yang memberikan kualitas pelayanan terbaik di indonesia dengan jumlah persentase 33.3%, dengan pelayanan. Dengan pelayanan yang berkualitas memungkinkan konsumen merasa puas terhadap pelayanan tersebut.

Kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (C. Tjiptono 2014). Selain kualitas produk dan pelayanan, dalam meningkatkan kepuasan konsumen perusahaan juga harus memperhatikan fasilitas tempat pada restoran cepat saji.

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan oleh konsumen (F. Tjiptono 2019). Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan, dapat berupa perasaan senang yang dirasakan konsumen atas jasa yang mereka dapatkan berupa pendingin ruangan AC, lingkungan restoran yang bersih, sejuk dan nyaman, serta dilengkapi berbagai CCTV di sudut restoran.

Kepuasan konsumen penting bagi sebuah perusahaan dalam menilai kinerja produk dan jasa yang mereka berikan kepada konsumen, berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti ingin menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan pada konsumen warga

di Cikarang terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Lippo Cikarang berdasarkan variabel bebas yang sudah dipilih. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk melakukan dan membuat sebuah penelitian pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Lippo Cikarang.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan nya (Kotler and Keller 2016).

Berdasarkan pengertian para ahli, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai penilaian pelanggan secara individu dengan membandingkan situasi saat ini dengan situasi yang diharapkan. Pelanggan akan merasa puas jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan memenuhi harapan mereka; sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak memenuhi harapan mereka, pelanggan akan merasa kecewa. Adapun indikator kepuasan konsumen menurut (Kotler and Keller 2016), yaitu: 1) Kesesuaian Harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan. Produk yang diperoleh harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan harapan, dan fasilitas penunjang saat berkunjung sesuai atau melebihi harapan pelanggan. 2) Kesiediaan minat beli ulang, merupakan kesiediaan konsumen dalam melakukan pembelian ulang terhadap produk yang telah dibeli karena ada rasa puas terhadap produk tersebut. 3) Kesiediaan merekomendasikan, merupakan kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan kepada orang lain karena ada nya nilai yang positif yang diterima ketika menggunakan atau memakai produk/jasa perusahaan.

### **Kualitas Produk**

Mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide (Kotler and Keller 2016). Dalam suatu kegiatan perusahaan pasti memiliki produk yang dapat ditawarkan kepada pelanggan. Produk yang ditawarkan tersebut harus nya memiliki kualitas yang baik agar menciptakan nilai dan manfaat bagi pelanggan ketika menggunakan produk tersebut. Sehingga penting bagi perusahaan untuk menentukan dan memperhatikan standar produk yang dimilikinya. Adapun indikator kualitas produk menurut (F. Tjiptono 2015), yaitu: 1) Kinerja, merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti. 2) Kesesuaian dengan spesifikasi, sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. 3) Daya tahan, merupakan karakteristik seberapa lama produk tersebut dapat digunakan. 4) Bentuk, merupakan suatu karakteristik produk yang dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk tersebut.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas layanan adalah bagian dari strategi manajemen pemasaran. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang dominan keberhasilan organisasi. Perkembangan kualitas sangat didorong oleh keadaan persaingan antar perusahaan, perkembangan teknologi, tahap ekonomi dan sosial budaya masyarakat. Kualitas layanan itu penting dalam hal inilah yang dilakukan perusahaan agar bisa bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan

Kualitas Pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan (Kotler and Keller 2016). Adapun indikator kualitas pelayanan, yaitu: 1) Reliabilitas. Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas,

keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga. 2) Responsif. Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat Ketika pelanggan membutuhkan bantuan. 3) Jaminan. Berkaitan dengan Pengetahuan produk, sopan santun dan kepercayaan. 4) Kepedulian dan perhatian karyawan terhadap konsumen, memperhatikan kepentingan konsumen, karyawan yang memahami kebutuhan konsumen. 5) Keberwujudan. Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, staff dan bangunannya. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti fasilitas kantor, kebersihan dan kenyamanan ruang yang digunakan untuk transaksi serta kerapian penampilan pelayan.

### **Fasilitas**

Menurut (Tjiptono F., 2014) “Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada konsumen”. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Fasilitas adalah segala sesuatu yang berupa benda atau uang yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu kegiatan usaha tertentu (Yulianto, 2018).

Dari penjelasan di atas kita dapat memahami bahwa segala sesuatu yang dapat mempermudah kerja atau usaha untuk mencapai suatu tujuan dapat disebut dengan sarana. Misalnya, fasilitas sekolah adalah segala sesuatu yang disediakan sekolah untuk menunjang dan memudahkan terselenggaranya kegiatan sekolah guna mencapai proses belajar mengajar yang baik. Banyak sekali contoh perlengkapan sekolah seperti meja, kursi, dan lain-lain. Adapun indikator dari fasilitas menurut (F. Tjiptono 2014), yaitu: 1) Pertimbangan suatu perencanaan spasial. Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain perlu dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya. 2) Perancang ruang. Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain. 3) perlengkapan atau perabotan. Perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang-barang berharga, sebagai tanda penyambutan bagi para konsumen. 4) Tata Cahaya dan Kebersihan. Yang perlu di perhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan yang bersih serta suasana yang diinginkan. 5) Elemen Pendukung fasilitas. Unsur ini mencakup kelengkapan fasilitas selain fasilitas utama seperti tempat bermain anak dan tempat khusus seperti meja untuk bayi.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian adalah:

H<sub>1</sub>: Diduga bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada Mc Donald di wilayah Lippo Cikarang.

H<sub>2</sub>: Diduga bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Mc Donald di wilayah Lippo Cikarang.

H<sub>3</sub>: Diduga bahwa fasilitas mempengaruhi kepuasan konsumen pada Mc Donald di wilayah Lippo Cikarang.

H<sub>4</sub>: Diduga bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen pada Mc Donald di wilayah Lippo Cikarang.

### **METODOLOGI**

Penelitian ini dilakukan pada Mc Donald Lippo Cikarang pada tanggal pelaksanaan 20 September 2023. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Mc Donald's di Lippo Cikarang dengan jumlah sampel 102 Responden. Pengambilan sample menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik

menggumpulkan data menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana dan berganda, uji koefisien determinasi dan uji hoptesis melalui uji T parsial dan uji F simultan dengan alat bantu IBM SPSS 26.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL PENELITIAN**

Dalam hasil penelitian ini di peroleh melalui survey dengan menyebarkan angket kuseioner secara online maupun offline kepada responden. Sebelum di sebar kepada responden kuesioner ini telah di konsultasikan pada dosen pembimbing. Dari data yang didapatkan setelah diolah menggunakan SPSS. Jumlah akhir kuesioner dalam penelitian ini adalah 36 butir pernyataan yang telah disesuaikan dengan indikator dan fakta tentang objek yang diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menguraikan tentang Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen Mc Donald's di Cikarang Lippo)

### **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, selanjutnya akan dilakukan pembahasan atas hasil analisi tersebut sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas bagaimana pengaruh yang terjadi antar variabel dalam penelitian ini. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah kualitas prouk sebagai variabel *independen*, kualitas pelayanan sebagai variabel *independen*, fasilitas sebagai variabel *independen*, kepuasan konsumen sebagai variabel *dependen*.

#### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil output SPSS 26 hasil olah data validitas dengan 10 pernyataan adalah valid, karena  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Sementara hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha  $r = 0.693$  dengan demikian setiap butir pernyataan adalah reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa skala pengukuran kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai reliabilitas yang baik. Sedangkan uji normalitas terlihat bahwa titik-titik penyebaran data berada dekat dari garis diagonal sehingga dianggap konsisten dan normal. Uji multikolinearitas pada kualitas produk ( $X_1$ ) nilai VIF  $1.221 < 10.00$  dan nilai toleransi  $0.819 > 0.10$  maka tidak terjadi multikolinearitas. Uji heterokedastisitas menunjukkan nilai signifikan  $0.318 > 0.05$  dan penyebaran titik terlihat tidak jelas dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga uji heterokedastisitas dapat terpenuhi. Hasil uji linear sederhana diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan nilai T, diketahui nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $4.413 > T_{tabel} 1.984$ , artinya bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Koefisien determinasi ( $R_2$ ) dengan nilai Adjust R Square 0.445. Hasil Uji T diketahui nilai signifikan untuk pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar  $0.074 > 0.05$  dan  $T_{hitung} 1.805 < 1.984 T_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya bahwa kualitas produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil output SPSS 26 hasil olah data validitas dengan 10 pernyataan adalah valid, karena  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Sementara hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha  $r = 0.886$  dengan demikian setiap butir pernyataan adalah reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa skala pengukuran kualitas pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai reliabilitas yang baik. Sedangkan uji normalitas terlihat bahwa titik-titik penyebaran data berada dekat dari garis diagonal sehingga dianggap konsisten dan normal. Uji multikolinearitas pada kualitas pelayanan ( $X_2$ ) nilai VIF  $2.073 < 10.00$  dan nilai toleransi  $0.482 > 0.10$  maka tidak terjadi multikolinearitas. Uji

heterokedastisitas menunjukkan nilai signifikan  $0.929 > 0.05$  dan penyebaran titik terlihat tidak jelas dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga uji heterokedastisitas dapat terpenuhi. Hasil uji linear sederhana diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan nilai T, diketahui nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $7.991 > T_{tabel}$  1.984, artinya bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan nilai Adjust R Square 0.445. Hasil uji T diketahui nilai signifikan untuk pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar  $0.001 > 0.05$  dan  $T_{hitung}$  3.306  $>$  1.984  $T_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### **Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil output SPSS 26 hasil olah data validitas dengan 10 pernyataan adalah valid, karena  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Sementara hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha  $r = 0.844$  dengan demikian setiap butir pernyataan adalah reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa skala pengukuran Fasilitas ( $X_3$ ) mempunyai reliabilitas yang baik. Sedangkan uji normalitas terlihat bahwa titik-titik penyebaran data berada dekat dari garis diagonal sehingga dianggap konsisten dan normal. Uji multikolinearitas pada fasilitas ( $X_3$ ) nilai VIF 2.014  $<$  10.00 dan nilai toleransi 0.497  $>$  0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Uji heterokedastisitas menunjukkan nilai signifikan  $0.629 > 0.05$  dan penyebaran titik terlihat tidak jelas dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga uji heterokedastisitas dapat terpenuhi. Hasil uji linear sederhana diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan nilai T, diketahui nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $7.581 > T_{tabel}$  1.984, artinya bahwa variabel fasilitas ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan nilai Adjust R Square 0.445. Hasil uji T diketahui nilai signifikan untuk pengaruh Fasilitas ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar  $0.005 > 0.05$  dan  $T_{hitung}$  2.860  $>$  1.984  $T_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya bahwa fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen

#### **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan, Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil output SPSS 26 hasil olah data validitas dengan 10 pernyataan adalah valid, karena  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Sementara hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha  $r = 0.734$  dengan demikian setiap butir pernyataan adalah reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa skala pengukuran Kepuasan Konsumen (Y) mempunyai reliabilitas yang baik. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *independen* yang terdiri dari Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Fasilitas ( $X_3$ ) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena besarnya nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$  dan  $F_{hitung}$  28.011  $>$  2.70  $F_{tabel}$ . Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Seluruh variabel *independen* mempunyai pengaruh terhadap variasi variabel *dependen* sebesar 46.2%. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai koefisien determinasi (R Squared) sebesar 0.462, sedangkan sisanya sebesar 53.9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Angka koefisien (R) menunjukkan keterkaitan antara variabel *independen* terhadap Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Fasilitas ( $X_3$ ) secara bersama-sama dengan Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan nilai yang tinggi sebesar 0.679.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mc Donald Lippo Cikarang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

2. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mc Donald Lippo Cikarang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
3. Fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mc Donald Lippo Cikarang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak
4. Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Mc Donald Lippo Cikarang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Gamma Shafina. 2023. "McDonald's Pimpin Persaingan Restoran Cepat Saji Di Kalangan Masyarakat." <https://Data.Goodstats.Id/>. May 30, 2023.
- Jaffry Prabu Prakoso. 2022. "KAWASAN INDUSTRI TERBESAR DI ASIA TENGGARA ADA DI CIKARANG." [Bisnisindonesia.Id](https://Bisnisindonesia.Id/). September 19, 2022.
- John Cheong. 2023. "7 Indikator Kualitas Pelayanan Yang Baik Untuk Bisnis F&B Dan Cara Mengukurnya." [Staffany.Id](https://Staffany.Id/). September 12, 2023.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. "Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall." Inc.
- KumparanFOOD. 2021. "Alasan Milenial Dan Generasi Z Lebih Suka Sarapan Di Tempat Tidur." [KumparanFOOD](https://KumparanFOOD.Id/). June 16, 2021.
- Mambela, Imatius Joni. 2020. "Pengaruh Perkembangan Zaman Modern Yang Memunculkan Perilaku Gaya Hidup Konsumerisme, Di Kalangan Mahasiswa Teologi Zaman Ini." *Pengaruh Perkembangan Zaman Modern Yang Memunculkan Perilaku Gaya Hidup Konsumerisme, Di Kalangan Mahasiswa Teologi Zaman Ini*.
- Nanda. 2021. "Kualitas Pelayanan Adalah: Tujuan, Fungsi Dan Cara Mengukur." [Komerce.Id](https://Komerce.Id/). January 22, 2021.
- Tahir saleh. 2020. "Cerita McDonald's Indonesia & Jejaring Bisnis Keluarga Sosro." [NBC Indonesia](https://NBCIndonesia.Id/). May 8, 2020.
- Tjiptono, Chandra. 2014. "Service Quality & Satisfaction, Edisi 3 Yogyakarta: UPP AMP." *Tjiptono, Fandy*.
- Tjiptono, Fandy. 2014. "Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan." *Penelitian. CV. Andi*.
- . 2015. *Strategi Pemasaran*.
- . 2019. "Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset, CV. Konsumen Jasa JNE Jl. Glagahsari No. 62 Yogyakarta." *Jurnal Ekobis Dewantara (https://Jurnalfe.Ustjogja.Ac.Id/Index.Php/EkObis/Article/View/328Diakses30April2021)*.
- Yosepha Pusparisa. 2021. "Jumlah Restoran McDonald's Secara Global (2011-2020)." <https://Databoks.Katadata.Co.Id/>. June 18, 2021.
- Yusuf Abdhul Azis. 2022. "Kualitas Pelayanan: Indikator, Pengaruh Dan Contoh [Lengkap]." [Deepublishstore.Com](https://Deepublishstore.Com/). July 6, 2022.