

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada KFC Gelael Bandar Lampung

Yudiana Sari¹

¹Program Studi Manajemen, Univeristas Satu Nusa Lampung

e-mail: yudiana@usn-lampung.ac.id

Abstract

PT Fastfood Indonesia Tbk milik kelompok usaha Gelael yang dapat dijadikan sebagai pelopor serta gambaran bagi perseroan-perseroan yang bergerak pada bisnis waralaba di Indonesia. Sebagai pemegang hak wiralaba tunggal KFC hingga saat ini, perseroan leluasa mengembangkan brand KFC dengan berbekal keberhasilan selama 28 tahun. KFC telah menjadi brand hidangan cepat saji yang paling dominan dan dikenal luas sebagai jaringan restoran cepat saji di negeri ini. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan volume penjualan pada KFC Gelael Bandar Lampung karena berubah-ubahnya volume penjualan pada KFC Gelael Bandar Lampung. Berdasarkan hasil perhitungan, dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment diperoleh r hitung 0,822 lebih besar daripada r tabel 0,176. Ini berarti hubungan tersebut signifikan, karena H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan analisis kualitatif dari kuisioner yang diajukan, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan KFC Gelael Bandar Lampung sudah baik dan memberikan rasa puas terhadap konsumen (pelanggan) sebagai pengguna jasa. Namun ada beberapa elemen penentu mutu jasa pelayanan yang belum diterapkan secara optimal. Seperti pada variabel tangible untuk penggunaan sistem informasi atau database pelanggan dan pada variabel emphaty untuk pernyataan karyawan memahami dan mengerti kebutuhan pelanggan secara baik belum memberikan kepuasan yang tinggi terhadap konsumen

Keywords: *Quality, service, satisfaction, customers, sales*

Abtrak

PT Fastfood Indonesia Tbk milik kelompok usaha Gelael yang dapat dijadikan sebagai pelopor serta gambaran bagi perseroan-perseroan yang bergerak pada bisnis waralaba di Indonesia. Sebagai pemegang hak wiralaba tunggal KFC hingga saat ini, perseroan leluasa mengembangkan brand KFC dengan berbekal keberhasilan selama 28 tahun. KFC telah menjadi brand hidangan cepat saji yang paling dominan dan dikenal luas sebagai jaringan restoran cepat saji di negeri ini. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan volume penjualan pada KFC Gelael Bandar Lampung karena berubah-ubahnya volume penjualan pada KFC Gelael Bandar Lampung. Berdasarkan hasil perhitungan, dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment diperoleh r hitung 0,822 lebih besar daripada r tabel 0,176. Ini berarti hubungan tersebut signifikan, karena H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan analisis kualitatif dari kuisioner yang diajukan, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan KFC Gelael Bandar Lampung sudah baik dan memberikan rasa puas terhadap konsumen (pelanggan) sebagai pengguna jasa. Namun ada beberapa elemen penentu mutu jasa pelayanan yang belum diterapkan secara optimal. Seperti pada variabel tangible untuk penggunaan sistem informasi atau database pelanggan dan pada variabel emphaty untuk pernyataan karyawan memahami dan mengerti kebutuhan pelanggan secara baik belum memberikan kepuasan yang tinggi terhadap konsumen

Kata Kunci : Kualitas, pelayanan, kepuasan, pelanggan, penjualan

1. PENDAHULUAN

KFC (*Kentucky Fried Chicken*) sebagaimana diketahui merupakan restoran cepat saji asal AS yang semakin lama semakin banyak digemari oleh masyarakat umum karena kemudahan dalam hal penyajiannya. Hingga saat ini, KFC memiliki kurang lebih 245 gerai yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia termasuk wilayah Bandar Lampung dan salah satunya adalah yang berlokasi di Swalayan Gelael Bandar Lampung. Restoran cepat saji yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman No. 11-15, Kelurahan Enggal, Tanjung Karang pusat 35118 ini melaksanakan kegiatan pemasaran yang memberikan perhatian pada sebuah hubungan timbal balik yang dinamis antar produk dan jasa perusahaan, keinginan dan kebutuhan konsumen, serta kegiatan para pesaing.

Dimana makanan termasuk ke dalam barang konvenien yaitu barang yang mudah didapat, dapat dibeli dimana saja, setiap waktu dan merupakan kebutuhan sehari-hari dimana tidak perlu pertimbangan yang banyak untuk membelinya.

Kualitas dari barang dan jasa pelayanan pelanggan (*customer service*) yang ditawarkan suatu perusahaan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggannya. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan. Oleh karena itu, suatu perusahaan atau organisasi bisnis pada umumnya harus memiliki standar kualitas untuk tetap menjaga kepercayaan pelanggan mengenai barang atau jasa pelayanan yang ditawarkan. *Champs Management System* (CMS) merupakan sebuah *standard operational procedure of service* pada KFC diseluruh Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan volume penjualan pada KFC Gelael Bandar Lampung.

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. (Kotler, 2000: 67).

Pelayanan adalah semua kegiatan untuk mempermudah pelanggan menghubungi pihak yang tepat dalam perusahaan, serta mendapatkan peralanan, jawaban dan penyelesaian masalah dengan cepat dan memuaskan. (Kotler, 2000:58).

Fokus dari kualitas pelayanan adalah pada kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan memahami komponen-komponen yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2000:42) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.

2. METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis penelitian yaitu penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara pengumpulan data melalui buku-buku, karya ilmiah dan penunjang kepustakaan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini dan penelitian lapangan dilakukan dengan meneliti langsung pada KFC Gelael Bandar Lampung melalui metode wawancara dan penyebaran kuesioner yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan volume penjualan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pangsa pasar beberapa restoran cepat saji yang setara dengan KFC pada tahun 2023 dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 1. Pangsa pasar KFC dan pesaing di Bandar Lampung Tahun 2023(dalam persentase)

Outlet Makanan Cepat Saji	Persentase
KFC	38
Texas Chicken	29
New York Chicken	18
Mc Donalds	10
Lain-lain	5
Jumlah	100

Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

Pada Tabel 1 terlihat bahwa KFC memiliki pangsa pasar terbesar dibandingkan pesaingnya yaitu sebesar 38%. Posisi kedua ditempati Texas chicken (29%), kemudian diikuti oleh New York Chicken (18%), Mc Donalds (10%), dan lain-lain (5%). Dengan selisih yang tidak begitu besar antara KFC, Texas chicken, New York Chicken, dan Mc Donalds memperlihatkan ketatnya persaingan dalam pasar makanan cepat saji.

Kebijakan yang dijalankan oleh KFC meliputi kebijakan-kebijaksanaan berikut ini :

1. Kebijakan Produk

Definisi produk menurut Philip Kotler (2002:212) Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar diperhatikan, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

KFC menerapkan kebijakan produk untuk menyampaikan produknya kepada konsumen, setiap produk memiliki kemampuan berbeda untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. KFC memilah produk mana yang akan memberikan kepuasan total tertinggi dengan membentuk suatu prakiraan kemampuan setiap produk memenuhi kerompok kebutuhannya. Adapun daftar produk yang menjadi produk-produk unggulan KFC dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Daftar Produk Unggulan KFC Gelael Bandar Lampung

No	Nama Produk	No	Nama Produk
A	Menu KFC Spesial	D	Menu KFC Coffee
1	9 Pcs Chicken	1.	1 Pc Donut
2	Winger Bucket	2.	1/2 Dozen Donut
3	Working Lunch Dinner 1	3.	Pukis 2 biji
4	Working Lunch Dinner 2	4.	Pukis 5 biji
5	Working Lunch Dinner Burger 1	5.	Menu KFC Dessert
6	Working Lunch Dinner Burger 2	6.	Koolz Banana Caramel
7	KFC Chicken Steak	7.	Koolz Tutti Frutti
8	KFC Chicken Sliders Large	8.	Koolz Chocolate
9	KFC Chicken Sliders Personal	9.	Koolz Lychee
10	Snack Bucket 1	10.	Pudding
11	Snack Bucket 2	11.	Choconut Sundae
B	Menu KFC Ala Carte	E	Menu KFC Combo
1.	Black Sesame Sweet Balls 2 Pcs	1.	Classic Combo
2.	Black Sesame Sweet Balls 4 Pcs	2.	Classic 1
3.	Yakiniku Don	3.	Classic 2
4.	Oriental Don	4.	Classic 3
5.	Don Series With Egg	5.	Classic 4
6.	Alacarte Egg	6.	Classic 5
7.	Spicy Chili Don Putih	7.	Classic 6
8.	Rosemary Butter Grilled	8.	Classic 7
9.	Chicken,	9.	Classic 8
10.	Chicken Strips,	10.	Super Besar 9

11.	KFC Winger,	11.	Super Besar 10
12.	Chicken Balls,	12.	Kombo Colonel Burger
13.	Chicken Skin,	13.	Kombo OR Burger Single
14.	Colonel Burger,	14.	Kombo OR Burger Double
15.	OR Burger Single,	15.	Kombo Fish Burger
16.	Spaghetti Deluxe,	16.	Kombo Crispy Burger
17.	OR Burger Double,	17.	Combo Spaghetti Supreme
18.	Fish Burger,	18.	Combo Twisty
19.	Crispy Burger,	19.	KFC Winger
20.	Twisty,	20.	Kombo Super Star Berdua A
21.	KFC Soup + Veggie Ball,	21.	Kombo Super Star Berdua B
22.	Cream Soup,	22.	Kombo Super Star Ber 3
23.	KFC Soup,	23.	Menu KFC Kids Meal
24.	Chicken Porridge,	24.	Chaki Meal A
25.	Original Porridge,	25.	Chaki Meal B
26.	Fun Fries BBQ,	26.	Menu Minuman KFC
27.	French Fries Large,	27.	Ice Cappuccino Float
28.	French Fries,	28.	Coca-cola Medium
29.	Nasi,	29.	Sprite Medium
30.	Perkedel,	30.	Fanta Medium
31.	Corn Cob,	31.	Very Berry Float
32.	Dinner Roll,	32.	Chococha Float
33.	Coleslaw New,	33.	Yubari Float
34.	Mashed Potato Gravy,	34.	Mocha Float
C	Menu Sarapan KFC	35.	Lovlychee Float
1	Combo Chicken Porridge,	36.	Mango Float
2	Combo Original Porridge,	37.	Lemonico Float

2. Kebijakan Harga

Definisi harga menurut Gregorius Chandra (2002:149) Harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

Dalam penetapan harga produk, KFC menetapkannya berdasarkan pada harga para pesaingnya. Penetapan harga ini dilakukan agar perusahaan dapat menerapkan kebijaksanaannya melalui penentuan harga lebih rendah, sama, atau lebih tinggi dari pesaing dengan memperhatikan jumlah laba yang diharapkan perusahaan. Adapun daftar harga produk unggulan KFC Gelael Bandar Lampung dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini.

Tabel3. Daftar Harga Produk KFC Gelael Bandar Lampung (dalam rupiah)

No	Nama Produk	Harga	No	Nama Produk	Harga
A	Menu KFC Spesial		D	Menu KFC Coffee	
1.	9 Pcs Chicken	Rp148 ribu	1.	1 Pc Donut	Rp8 ribu
2.	Winger Bucket	Rp79 ribu	2.	1/2 Dozen Donut	Rp42 ribu
3.	Working Lunch Dinner 1	Rp143 ribu	3.	Pukis 2 biji	Rp10 ribu
4.	Working Lunch Dinner 2	Rp286 ribu	4.	Pukis 5 biji	Rp24 ribu
5.	Working Lunch Dinner Burger 1	Rp146 ribu	E	Menu KFC Dessert	
6.	Working Lunch Dinner Burger 2	Rp293 ribu	1.	Koolz Banana Caramel	Rp14 ribu

7.	KFC Chicken Steak	Rp30 ribu	2.	Koolz Tutti Frutti	Rp14 ribu
8.	KFC Chicken Sliders Large	Rp47 ribu	3.	Koolz Chocolate	Rp14 ribu
9.	KFC Chicken Sliders Personal	Rp28 ribu	4.	Koolz Lychee	Rp14 ribu
10.	Snack Bucket 1	Rp77 ribu	5.	Pudding	Rp4 ribu
11.	Snack Bucket 2	Rp63 ribu	6.	Choconut Sundae	Rp8 ribu
B	Menu KFC Ala Carte		F	Menu KFC Combo	
1.	Black Sesame Sweet Balls 2Pcs	Rp10 ribu	1.	Classic Combo	Rp50 ribu
2.	Black Sesame Sweet Balls 4 Pcs	Rp20 ribu	2.	Classic 1	Rp35 ribu
3.	Yakiniku Don	Rp14 ribu	3.	Classic 2	Rp51 ribu
4.	Oriental Don	Rp14 ribu	4.	Classic 3	Rp42 ribu
5.	Don Series With Egg	Rp18 ribu	5.	Classic 4	Rp55 ribu
6.	Alacarte Egg	Rp10 ribu	6.	Classic 5	Rp40 ribu
7.	Spicy Chili Don Putih	Rp14 ribu	7.	Classic 6	Rp55 ribu
8.	Rosemary Butter Grilled	Rp19 ribu	8.	Classic 7	Rp53 ribu
9.	Chicken,	Rp17 ribu	9.	Classic 8	Rp133 ribu
10.	Chicken Strips,	Rp17 ribu	10.	Super Besar 9	Rp22 ribu
11.	KFC Winger,	Rp20 ribu	11.	Super Besar 10	Rp38 ribu
12.	Chicken Balls,	Rp11 ribu	12.	Kombo Colonel Burger	Rp51 ribu
13.	Chicken Skin,	Rp14 ribu	13.	Kombo OR Burger Single	Rp46 ribu
14.	Colonel Burger,	Rp28 ribu	14.	Kombo OR Burger Double	Rp55 ribu
15.	OR Burger Single,	Rp26 ribu	15.	Kombo Fish Burger	Rp46 ribu
16.	Spaghetti Deluxe,	Rp10 ribu	16.	Kombo Crispy Burger	Rp35 ribu
17.	OR Burger Double,	Rp35 ribu	17.	Combo Spaghetti Supreme	Rp30 ribu
18.	Fish Burger,	Rp24 ribu	18.	Combo Twisty	Rp28 ribu
19.	Crispy Burger,	Rp14 ribu	19.	KFC Winger	Rp27 ribu
20.	Twisty,	Rp17 ribu	20.	Kombo SuperStar BerduaA	Rp91 ribu
21.	KFC Soup + Veggie Ball,	Rp14 ribu	21.	Kombo SuperStar BerduaB	Rp91.ribu
22.	Cream Soup,	Rp10 ribu	22.	Kombo Super Star Ber 3	Rp147 ribu
23.	KFC Soup,	Rp4 ribu	G	Menu KFC Kids Meal	
24.	Chicken Porridge,	Rp17 ribu	1	Chaki Meal A	Rp42 ribu
25.	Original Porridge,	Rp8 ribu	2	Chaki Meal B	Rp42 ribu
26.	Fun Fries BBQ,	Rp24 ribu	H	Menu Minuman KFC	
27.	French Fries Large,	Rp23 ribu	1.	Ice Cappuccino Float	Rp18 ribu
28.	French Fries,	Rp18 ribu	2.	Coca-cola Medium	Rp10 ribu
29.	Nasi,	Rp9 ribu	3.	Sprite Medium	Rp10 ribu
30.	Perkedel,	Rp9 ribu	4.	Fanta Medium	Rp10 ribu
31.	Corn Cob,	Rp11 ribu	5.	Very Berry Float	Rp10 ribu
32.	Dinner Roll,	Rp11 ribu	6.	Chococha Float	Rp14 ribu
33.	Coleslaw New,	Rp11 ribu	7.	Yubari Float	Rp14 ribu
34.	Mashed Potato Gravy,	Rp11 ribu	8.	Mocha Float	Rp14 ribu
C	Menu Sarapan KFC		9.	Lovlychee Float	Rp10 ribu
1	Combo Chicken Porridge,	Rp20 ribu	10.	Mango Float	Rp10 ribu
2	Combo Original Porridge,	Rp11 ribu	11.	Lemonico Float	Rp4,5ribuan

3. Kebijakan Promosi

Definisi promosi menurut Kotler (2000:127) Promosi adalah berbagai kegiatan perusahaan produknya untuk mengomunikasikan pada pasar sasarannya.

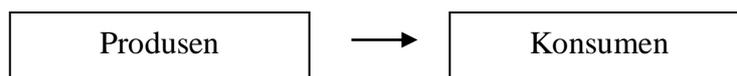
Dalam usaha memasarkan produknya, perusahaan harus memilih bentuk promosi yang paling efektif dan efisien dengan ketentuan promosi perusahaan untuk mengarahkan tujuan promosi pada peningkatan jumlah konsumen atau pelanggan guna menciptakan tujuan perusahaan. Secara umum kebijaksanaan promosi yang diterapkan KFC dalam rangka pengenalan produk, seperti memasang iklan mengenai produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat umum (calon konsumen) melalui media elektronik seperti televisi serta memasang website di internet mengenai profil perusahaan dan pelayanan jasa yang diberikan, dilakukan oleh KFC Indonesia. Sedangkan promosi yang dilakukan oleh KFC Bandar Lampung sendiri adalah dengan pemasangan papan reklame seperti yang ada di Jl. A. Yani Tanjung Karang pusat.

4. Kebijakan Saluran Distribusi

Tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi yang tepat dan efektif. Saluran distribusi mempunyai arti yang sangat penting bagi perusahaan karena dapat memperlancar arus barang atau jasa. Volume penjualan dapat ditingkatkan bila saluran distribusi yang digunakan tepat, sehingga target penjualan tercapai.

Saluran distribusi menurut Gregorius Chandra (2002:221) adalah serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk dari penjual ke pembeli akhir.

Gambar 1. Saluran distribusi pada KFC Gelael Bandar Lampung



Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

5. Kebijakan Sumber Daya Manusia

Dalam kegiatan usaha restoran, yang melaksanakan fungsi penjualan pribadi disebut dengan pramusaji atau *customer service*. William J Stanton (2001:206) mengemukakan bahwa penjualan pribadi adalah interaksi antara individu, saling bertemu yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan portukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Daftar karyawan KFC Gelael Bandar Lampung dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini.

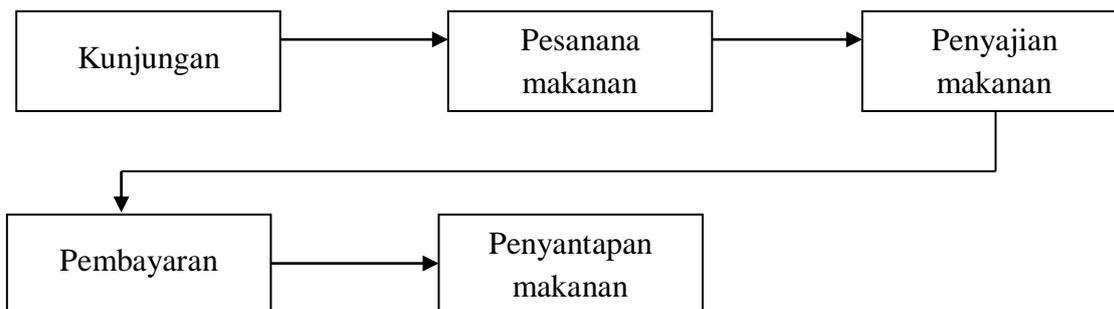
Tabel 4. Jumlah Karaywan KFC Gelael Menurut Tingkat Pendidikan dan Jabatan Jenjang Pendidikan Profesi

No	Jabatan	Jenjang Pendidikan	Jumlah
1	<i>Restaurat Manager</i>	S1	1
2	<i>Assistent Restaurant Manager</i>	S1 / D3 / SLTA	3
3	<i>All Star</i>	SLTA	4
4	<i>Star FSTM</i>	SLTA	16
5	<i>Star CSTM</i>	SLTA	18
6	<i>Team Member FSTM</i>	SLTA	5
7	<i>Team Member CSTM</i>	SLTA	6
Total Karyawan + Staf			52

Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

6. Kebijakan Proses

Proses merupakan prosedur yang benar, mekanisme, dan arus kegiatan dimana pelayanan diberikan. Proses konsumen dalam menggunakan jasa KFC Gelael Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 4.3.



Gambar 4.3. Proses Kunjungan Konsumen Pada KFC Gelael Bandar Lampung
 Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

Rangkaian diatas disusun sedemikian rupa oleh pihak KFC dan telah diterapkan sebagai panduan dalam menjalankan operasional perusahaan selama ini. KFC Gelael Bandar Lampung juga menerima layanan pesan antar dan pesanan untuk acara-acara tertentu seperti acara ulang tahun, dan lain-lain.

7. Kebijakan Wujud Fisik

Prasarana wujud fisik dalam hal ini berarti bentuk pelayanan yang bersifat nyata seperti bangunan dan sarana-sarana yang mendukung lainnya. KFC Gelael Bandar Lampung memiliki tempat usaha yang strategis, yang berada sangat dekat dengan perumahan penduduk dan berada tepat dipinggir jalan, sehingga kemungkinan frekuensi konsumen untuk mendatangi KFC Gelael Bandar Lampung sangat tinggi.

KFC Gelael Bandar Lampung juga memiliki fasilitas-fasilitas pendukung sebagai berikut:

- a. Fasilitas untuk karyawan diantaranya adalah komputer, AC, mesin kasir, kitchen, ruang ganti pakaian dan fasilitas komunikasi yang memadai seperti telepon.
- b. Fasilitas untuk konsumen diantaranya adalah toilets, arena bermain anak (*play land*), *birthday facility*, wastafel, AC, *lobby*, *hand dryers*, *counters*, serta pelayanan yang ditawarkan sebagai wujud fisik lainnya, KFC memiliki situs resmi www.kfcindonesia.com yang berfungsi memberikan informasi lengkap mengenai profil KFC, produk, serta layanan dan kinerja KFC.

Pengukuran validitas menggunakan *uji Spearman* dengan bantuan SPSS 12. Uji validitas dilakukan terhadap 23 daftar pernyataan dalam kuesioner yang telah dikoreksi. Proses pengujian *Spearman* dilakukan dengan menghilangkan satu per satu item pernyataan yang memiliki nilai sig. (2-tailed) diatas 0.01 atau 0.05, sampai diperoleh nilai yang valid yaitu sig. (2-tailed) dibawah 0.01 atau 0.05. Uji validitas dilakukan dengan mengelompokkan masing-masing pernyataan berdasarkan variable-variabelnya, seperti yang ada pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas *Spearman*

No	Variabel	Jumlah pernyataan sebelum Uji Validitas	Item pernyataan yang dihilangkan	Item pernyataan yang tidak valid	Jumlah item pernyataan yang valid
1	Kepuasan Konsumen (Y)	23	5,13,22	3	20
2	<i>Tangible</i> (X ₁)	5	5	1	4
3	<i>Reliability</i> (X ₂)	4		-	4
4	<i>Responsiveness</i> (X ₃)	5	13	1	4
5	<i>Assurance</i> (X ₄)	4		-	4
6	<i>Emphaty</i> (X ₅)	5	22	1	4

Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

Hasil yang diperoleh dari uji coba kuesioner kepada 30 responden menyatakan bahwa dari 23 item pertanyaan, hanya 20 pertanyaan yang valid. Tingkat signifikansi dari 3 item pertanyaan yang tidak valid dapat dilihat pada Lampiran 3. Kemudian 3 item pertanyaan yang tidak valid dihilangkan dan dilakukan pengelompokan terhadap item-item pertanyaan yang valid guna melihat interpretasi hasil validitas dari masing-masing kelompok variabel. Interpretasi hasil validitas menunjukkan bahwa pada kolom total diperoleh tingkat kevalidan yang sangat tinggi pada masing-masing variabel yang diteliti.

Setelah melakukan uji validitas, kemudian dilakukan uji reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan dengan menggunakan koefisien *AlphaCroanbach* untuk menunjukan stabilitas dan konsistensi alat ukur. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Alpha Croanbach

No	Variabel	No. Item Pertanyaan	Jml. Item Pertanyaan	<i>Alpha Cronbach</i>
1	Kepuasan Konsumen (Y)	1,2,3,4,,6,7,8,9,10,11,12,14,15,16,17,18,19,20,21, 23	20	0,925
2	<i>Tangible (X₁)</i>	1,2,3,4	4	0,987
3	<i>Reliability (X₂)</i>	6,7,8,9	4	0,694
4	<i>Responsiveness (X₃)</i>	10,11,12,14	4	0,947
5	<i>Assurance (X₄)</i>	15,16,17,18	4	0,758
6	<i>Emphaty (X₅)</i>	19,20,21,23	4	0,964

Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

Berdasarkan tabel 6 terlihat bahwa nilai *Alpha Croanbach* diatas 0,5 untuk semua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator-indikator yang digunakan memiliki kesesuaian atau reliabilitas yang sangat baik. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada lampiran. Analisis ini digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana hubungan tingkat kepuasan yang diterima konsumen (pelanggan) terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh KFC Gelael Bandar Lampung, dengan menguraikan hasil riset yang telah diperoleh dari responden.

Berdasarkan hasil kuisisioner yang telah disebarakan kepada 120 orang responden yang terdiri dari 65 orang pria dan 55 orang wanita yang memiliki usia 20-40 tahun sebanyak 45 orang, dan usia 31- 50 tahun sebanyak 75 orang dengan pekerjaan pegawai swasta 60 orang, pedagang 25 orang, dan pegawai negeri sipil 35 orang, penulis akan menganalisis tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh KFC Gelael Bandar Lampung kepada pelanggan dan bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Untuk mengetahui lebih jelas pernyataan responden terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan yang dirasakan pada pelanggan KFC Gelael Bandar Lampung maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Pernyataan Bahwa KFC Gelael Bandar Lampung Menggunakan Peralatan Atau Teknologi Yang Modern

Pernyataan	Jumlah	Persentase
Sangat Baik	25	20,83
Baik	37	30,83
Netral	27	22,50
Tidak Baik	23	19,17
Sangat Tidak Baik	8	6,67
Jumlah	120	100

Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

Dari tabel 7 menunjukkan tingkat kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen yaitu sebanyak 25 responden menyatakan bahwa peralatan dan teknologi yang digunakan KFC Gelael Bandar Lampung sangat baik, 37 responden menyatakan baik, 27 responden menyatakan netral atau biasa saja, 23 orang menyatakan baik dan 8 orang memberi pernyataan bahwa peralatan dan teknologi yang ada sangat tidak baik.

Tabel 8. Tingkat Kepuasan Pelanggan KFC Gelael Bandar Lampung Terhadap Pernyataan Bahwa KFC Gelael Bandar Lampung Menggunakan Peralatan Atau Teknologi Yang Modern

Pernyataan	Jumlah	Persentase
Sangat Puas	4	3,33
Puas	41	34,17
Netral	58	48,33
Tidak Puas	16	13,33
Sangat Tidak Puas	1	0,83
Jumlah	120	100

Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

Tabel 9. Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Pernyataan Bahwa Fasilitas (gedung dan parkir) Pada KFC Gelael Bandar Lampung Secara Fisik Sangat Menarik

Pernyataan	Jumlah	Persentase
Sangat Baik	23	19,16
Baik	36	30,00
Netral	32	26,67
Tidak Baik	21	17,50
Sangat Tidak Baik	8	6,67
Jumlah	120	100

Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

Dari tabel 9 terlihat bahwa 23 responden menyatakan bahwa fasilitas pada KFC Gelael Bandar Lampung secara fisik sangat baik kemudian 36 atau sebesar 30% responden menyatakan baik, 32 responden menyatakan biasa saja, 21 responden menyatakan tidak baik dan 8 responden menyatakan sangat tidak baik.

Tabel 10. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pernyataan Bahwa Fasilitas (gedung dan parkir) pada KFC Gelael Bandar Lampung Secara Fisik Sangat Menarik

Pernyataan	Jumlah	Persentase
Sangat Puas	4	3,33
Puas	46	38,33
Netral	60	50,00
Tidak Puas	10	8,34
Sangat Tidak Puas	0	0
Jumlah	120	100

Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa setengah responden atau 50% menyatakan biasa saja terhadap fasilitas yang ada pada KFC Gelael Bandar Lampung. Hanya 4 orang yang menyatakan sangat puas, 46 orang menyatakan puas dan ada 10 orang menyatakan tidak puas. Hal ini menyatakan bahwa dalam variabel *tangible* untuk tampilan fisik tidak terlalu mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Tabel 11. Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Pernyataan Bahwa Material Pendukung Yang Berkaitan Dengan Pelayanan Seperti Brosur Pada KFC Gelael Bandar Lampung Ditata Dengan Baik Dan Menarik

Pernyataan	Jumlah	Persentase
Sangat Baik	33	27,50
Baik	37	30,83
Netral	24	20,00
Tidak Baik	19	15,83
Sangat Tidak Baik	7	5,84
Jumlah	120	100

Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

Tabel 11. terlihat bahwa 27,5% atau sebanyak 33 orang menyatakan bahwa material pendukung yang berkaitan dengan pelayanan telah ditata dengan sangat baik, kemudian 37 orang menyatakan baik, 24 orang atau 20% menyatakan biasa saja 19 orang menyatakan tidak baik, dan 7 orang menyatakan material pendukung yang ada ditata dengan sangat tidak baik.

Tabel 12. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pernyataan Bahwa Material Pendukung Yang Berkaitan Dengan Pelayanan Seperti Brosur Pada KFC Gelael Bandar Lampung Ditata Dengan Baik Dan Menarik

Pernyataan	Jumlah	Persentase
Sangat Puas	8	6,67
Puas	36	30,00
Netral	63	52,50
Tidak Puas	12	10,00
Sangat Tidak Puas	1	0,83
Jumlah	120	100

Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

Tabel 12 menunjukkan 63 responden menyatakan biasa saja terhadap penataan material pendukung yang ditata dengan rapih dan menarik. 36 responden menyatakan puas, 8 responden menyatakan sangat puas, 12 responden tidak puas, 1 responden sangat tidak puas. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa untuk penataan brosur dalam variabel wujud fisik cukup mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Tabel 13. Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Pernyataan Penggunaan System Informasi (data base pelanggan) Pada KFC Gelael Bandar Lampung

Pernyataan	Jumlah	Persentase
Sangat Baik	30	25,00
Baik	37	30,83
Netral	30	25,00
Tidak Baik	21	17,50
Sangat Tidak Baik	2	1,67
Jumlah	120	100

Sumber : KFC Gelael Bandar Lampung, 2023

Tabel 13 memperlihatkan bahwa 30 responden menyatakan bahwa penggunaan system informasi database pelanggan sangat baik, 37 responden menyatakan baik 30 responden menyatakan biasa saja, 21 responden menyatakan tidak baik dan ada 2 responden yang menyatakan sistem infomasi yang digunakan sangat tidak baik.

Pembahasan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengumpulan kuisioner secara keseluruhan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, maka dapat dilihat bahwa untuk pernyataan pada variabel kualitas pelayanan yang diberikan oleh KFC Gelael Bandar Lampung sudah baik, namun masih harus terus memaksimalkan kualitas pelayanan agar konsumen akan terus merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan. Begitu pula untuk variabel kepuasan pelanggan KFC Gelael Bandar Lampung sudah menyatakan puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Korelasi *Product Moment* digunakan mengetahui adanya hubungan antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dengan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Penghitungan Korelasi *Product Moment* dilakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS V 21.

Gambaran statistik yang diperoleh menjelaskan ringkasan statistik masing-masing variabel berupa rata-rata pernyataan, standar deviasi atau derajat penyimpangan suatu variabel dan jumlah responden (Lampiran *Descriptive Statistics*). Rata-rata dari pernyataan 120 responden mengenai Kualitas pelayanan adalah 74,59 dengan standar deviasi 13,99. Rata-rata dari pernyataan 120 responden mengenai kepuasan konsumen adalah 64,22 dengan standar deviasi 10,03.

Hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Korelasi *Product Moment* (Lampiran *Correlations*) menunjukkan bahwa besarnya korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen adalah sebesar $r_{hitung} = 0,822$ sedangkan untuk nilai r_{tabel} untuk $n = 120$ pada tingkat kepercayaan 95% adalah $= 0,176$. Artinya hubungan kedua variabel sangat kuat dan searah serta signifikan. Searah artinya jika kualitas pelayanan tinggi, maka kepuasan terhadap konsumen juga meningkat.

Ho : Tidak ada hubungan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Hi : Ada hubungan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Kriteria pengambilan keputusan :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka Hi diterima berarti terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka Ho diterima, berarti tidak terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Keputusan angka probabilitas hubungan antar variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah terhitung lebih besar dari tabel yaitu : $0,822 > 0,176$. Ini berarti hubungan tersebut signifikan, karena Ho ditolak dan Hi diterima. Dengan demikian atas dasar yang diperoleh, maka hipotesis yang diajukan yaitu kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan konsumen dapat diterima. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah sebesar 0,822.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan yaitu kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan konsumen pada KFC Gelael Bandar Lampung dapat diterima. Berdasarkan hasil perhitungan, dengan menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* diperoleh r_{hitung} 0,822 lebih besar daripada r_{tabel} 0,176. Ini berarti hubungan tersebut signifikan, karena Ho ditolak dan Hi diterima. Analisis kualitatif dari kuisioner yang diajukan, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan KFC Gelael Bandar Lampung sudah baik dan memberikan rasa puas terhadap konsumen (pelanggan) sebagai pengguna jasa. Namun ada beberapa elemen penentu mutu jasa pelayanan yang belum diterapkan secara optimal. Seperti pada variabel *Tangible* untuk penggunaan sistem informasi atau database pelanggan dan pada variabel *Emphaty* untuk pernyataan karyawan memahami dan mengerti kebutuhan pelanggan secara baik belum memberikan kepuasan yang tinggi terhadap konsumen.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management 9e*. Jilid I. Penerbit PT. Prehalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management 9e*. Jilid II. Penerbit PT. Prehalindo. Jakarta.
- Nasir, Moh. 2001. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *ManajemenPemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Penerbit Salemba Empat- Depok
- Sari, Yudiana. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada PT. Pusri Palembang PPD Lampung." *Ikonomika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1.2 (2016): 196-208.
- Sari, Yudiana. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Jumlah Nasabah PT. Bpr Eka Bumi Artha Lampung." *Industrika* 1.1: 341520.
- Swasta, Basu dan T. Hani Handoko. 2000. *ManajemenPemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Penerbit BPF. Yogyakarta.
- Sarwono, Jonathan. 2005. *Riset Pemasaran dengan SPSS*. Penerbit ANDI OFFSET. Yogyakarta.