



---

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Fritto Chicken Indonesia Cabang HM. Joni**

**Fitria Rahmadani<sup>1</sup>, Taufiq Risal<sup>2</sup>**

**<sup>1,2</sup> Universitas Potensi Utama, Medan Sumatera Utara, Indonesia**

**Jalan KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3 – A ,Tanjung Mulia, Tj. Mulia, Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20241**

**Email: fitriarahmadani868@gmail.com**

**Abstrak**

Latar belakang dalam permasalahan ini adalah adanya ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas makanan yang diberikan oleh restoran fast food cabang HM. Joni. Oleh karena itu, rating dan ulasan sangat mempengaruhi pengunjung yang akan datang dan ulasan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas makanan perlu ditingkatkan agar nantinya tidak ada lagi ulasan negatif yang memberikan dampak negatif bagi restoran itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner atau angket dengan jumlah sampel 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif statistik dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan teknik non probability sampling dan menggunakan metode accidental sampling. Hasil dalam penelitian ini adalah (1) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) Kualitas Makanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan secara simultan atau bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Fritto Chicken Cabang HM. Joni.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan Kepuasan Konsumen

---

**PENDAHULUAN**

Bisnis adalah sebuah kegiatan yang dilakukan seseorang dengan membuka atau menjalankan suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan. Perkembangan bisnis di era modern saat ini sangatlah berkembang pesat, banyak sekali pesaing dalam dunia bisnis memerlukan suatu produk yang berbeda satu sama lainnya ataupun produk yang sama tetapi memiliki keunggulan yang berbeda. Pada zaman yang telah berkembang saat ini banyak sekali perusahaan restoran cepat saji yang menciptakan makanan baru dengan beragam macam varian agar dapat bersaing dengan pasar. Salah satu gaya hidup yang mengikuti perkembangan jaman saat ini adalah mengkonsumsi makanan yang ditawarkan

oleh restoran cepat saji (*fast food*). Restoran cepat saji adalah restoran yang menyediakan makanan dan minuman yang instan dalam proses pengolahan dan penyajiannya. Salah satu restoran cepat saji yang banyak dikenal di Kota Medan adalah Fritto Chicken. Fritto Chicken adalah restoran cepat saji yang memiliki cabang terbanyak di Kota Medan mulai dari Fritto Chicken *take away* hingga *dine in* atau makan ditempat. Semakin banyak cabang yang berada di Kota Medan, maka dengan mudahnya konsumen dapat memilih ingin berkunjung ke outlet mana yang mereka inginkan. Semakin banyaknya cabang yang ada di Kota Medan dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa puas dengan restoran cepat saji Fritto Chicken. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap penjualan setiap outletnya dan kepuasan konsumen dilihat dari sejauh mana konsumen merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh Fritto Chicken dan kepuasan konsumen juga dilihat dari tingkat kualitas makanan yang disediakan kepada konsumen. Hal ini dilihat dari Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Menurut Tjiptono (2019:76) dalam (Angliawati et al., 2023) kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Kepuasan konsumen adalah perasaan dari konsumen terkait kebutuhannya yang terpenuhi dan didasarkan oleh perbandingan terhadap kinerja pelayanan jasa yang diberikan oleh Fritto Chicken dan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen dengan harapan produk atau pelayanan jasa yang diterimanya sesuai dengan keinginannya. Apabila harapan konsumen telah terpenuhi atau bahkan melebihi dari ekspektasi konsumen maka konsumen tersebut akan merasa puas. Perasaan puas tersebut dari konsumen memungkinkan untuk konsumen melakukan pembelian ulang kembali atau bahkan merekomendasikannya kepada orang lain, begitu sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas dengan apa yang telah disajikan dan diberikan oleh karyawan maka akan berdampak pada kelangsungan Fritto Chicken.

Kualitas Pelayanan adalah suatu keunggulan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan harapan mereka. Menurut (Kotler, 2019) dalam (Fauzi et al., 2023) Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas pelayanan dinilai baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong

konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Kepuasan konsumen juga dilihat dari adanya faktor kualitas makanan yang disajikan kepada konsumen. Menurut (Mahadika et al, 2022 ) kualitas makanan merupakan gabungan dari beberapa faktor yang terdapat didalam makanan yang ditawarkan serta diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen terhadap makanan tersebut. Apabila kualitas makanan yang dirasakan sesuai dengan selera konsumen maka konsumen akan cenderung merasa puas bahkan akan melakukan pembelian ulang. Sebaliknya jika kualitas makanan yang disajikan konsumen dinilai kurang memuaskan konsumen maka timbullah pemikiran negatif yang berdampak pada restoran cepat saji itu sendiri. Perasaan tidak puas akan kualitas makanan yang disajikan tersebut akan membuat konsumen memberikan kesan buruk lewat media sosial milik Fritto Chicken Cabang HM. Joni dan konsumen tersebut membagikan pengalaman negatif mereka melalui ulasan dan rating.

Rating mempengaruhi konsumen yang akan datang selanjutnya. Beberapa konsumen jika ingin mengunjungi sebuah restoran, mereka akan melihat terlebih dahulu *review* atau ulasan dari konsumen yang sebelumnya pernah mengunjungi restoran *fast food* tersebut. Ulasan yang diberikan pada Fritto Chicken HM. Joni oleh konsumen yang pernah berkunjung rata – rata mengatakan kualitas makanan yang disajikan kurang, baik dari segi ayam goreng sampai dengan minuman, dikarenakan konsumen merasa tidak terpenuhi atas apa yang mereka harapkan sebelumnya, mereka memberikan *review* negatif melalui google maps Fritto Chicken. Dalam hal ini menjadi tantangan bagi karyawan Fritto Chicken dalam menindaklanjuti banyaknya ulasan dan komentar negatif terkait kualitas pelayanan dan kualitas makanan, dan bagaimana cara Perusahaan menanggapi apa yang menjadi permasalahan dalam Fritto Chicken HM. Joni untuk terus dapat berkembang menjadi restoran dengan cabang terbanyak di Kota Medan.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2023:16) Metode Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel

tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data adalah sebagai berikut :

a) Data Primer

Data Primer menurut Hardani ( 2020:211) adalah data primer dalam suatu penelitian yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket, observasi, wawancara dan lain sebagainya. Pada penelitian data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden yang bersedia mnegisi kuisioner yang telah disediakan oleh peneliti.

b) Data Sekunder

Data Sekunder menurut Hardani ( 2020:247 ) adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari orang lain. Data tersebut diperoleh dari jurnal, buku pedoman dan sumber data dari perusahaan. Data sekunder ini dijadikan sebagai data pelengkap yang fungsinya untuk melengkapi data primer. Pada penelitian ini data sekunder yang diperoleh peneliti adalah dari beberapa sumber seperti, e – book, jurnal, dan data didapat dari beberapa website dari internet. Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan data primer.

Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adala sebagai berikut :

a) Menurut Sugiyono ( 2023:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Fritto Chicken Cabang HM. Joni.

b) Menurut Sugiyono ( 2023:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Penelitian ini menggunakan sampel *non probability sampling*, dan dalam teknik sampel ini menggunakan metode *accidental sampling* yang berarti bersifat kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dan dirasa cocok maka akan dijadikan responden. Sehingga untuk mengetahui jumlah sampel dalam penelitian ini

menggunakan rumus *Cochran* yang ditotalkan mendapatkan 96,04 maka dibulatkan menjadi 100 responden.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Sejarah Singkat Perusahaan Fritto Chicken**

Fritto Chicken Indonesia adalah restoran cepat saji asli kota Medan yang mengedepankan citra rasa yang berbeda dengan harga yang terjangkau bagi semua kalangan masyarakat Kota Medan. Fritto Chicken Indonesia adalah bisnis makanan dan minuman cepat saji atau yang dikenal sebagai makanan *fast food* yang berdiri pada tanggal 19 Januari 2020 di Kota Medan ini. Fritto Chicken Indonesia memulai usaha ditahun 2020 dengan memulai beberapa *outlet*. *Outlet* pertama berdiri di jalan Yos Sudarso atau yang dikenal Fritto Chicken Simpang kantor, Selanjutnya Fritto Chicken membangun *Outlet* keduanya Dijalan Asia. Waktu demi waktu Fritto Chicken Indonesia mulai mengalami perkembangan mengikuti pangsa pasar, hingga saat ini Fritto Chicken Indonesia mempunyai 18 Cabang di Sumatera Utara dan 9 cabang outlet Fritto Chicken *Point* di Sumatera Utara. Fritto Chicken memiliki motto yaitu “ *CHICKEN FOR EVERYONE* “. Yang artinya ayam untuk semua kalangan masyarakat. Arti nama Fritto Chicken ini sendiri diambil dari bahasa Italy yang artinya goreng dan *chicken* diambil dari bahasa Inggris yang artinya ayam dan jika digabungkan artinya ayam goreng.

### **2. Karakteristik Responden**

Pada bagian ini akan membahas mengenai deskripsi karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan dan berapa kali membeli dalam sebulan. Objek dalam penelitian ini adalah responden yang berkunjung pada restoran fast food Fritto Chicken Cabang HM. Joni.

#### **a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Tabel. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi Jawaban	
		F	%
1	Pria	30	30%
2	Wanita	70	70%

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh persentase karakteristik berdasarkan jenis kelamin lebih dominan wanita yaitu 70 responden dengan jumlah persentase 70%. Maka dapat disimpulkan bahwa wanita lebih dominan berkunjung daripada pria.

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi Jawaban	
		F	%
1	15 – 20 Tahun	27	27%
2	21 – 30 Tahun	55	55%
3	>35 Tahun	18	18%

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persentase karakteristik berdasarkan usia lebih dominan usia 21 – 30 tahun yaitu 55 responden dengan jumlah persentase 55%. Maka dapat disimpulkan bahwa usia 21 – 30 tahun lebih sering berkunjung.

c) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi Jawaban	
		F	%
1	Pelajar/Mahasiswa	30	30%
2	Pegawai Swasta	48	48%
3	Pegawai Negeri Sipil ( PNS )	2	2%
4	Lain – lain	20	20%

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persentase karakteristik berdasarkan pekerjaan lebih dominan pekerjaan pegawai swasta dengan jumlah responden 48 dan jumlah persentase 48%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan pekerjaan pegawai swasta lebih dominan datang berkunjung.

d) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi Jawaban	
		F	%
1	Rp. 500.000	21	21%
2	Rp. 1.000.000 – 2.000.000	23	23%
3	Rp. 2.000.000 – 3.000.000	29	29%
4	Rp. > 3.000.000	27	27%

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persentase karakteristik berdasarkan pendapatan lebih dominan Rp. 2.000.000 – 3.000.000 dengan jumlah responden 29 dan jumlah persentase 29%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan pendapatan Rp. 2.000.000 – 3.000.000 lebih dominan sering berkunjung.

e) Karakteristik Responden Berdasarkan BKBDS

Tabel. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan BKBDS

No	Berapa Kali Beli Dalam Sebulan	Frekuensi Jawaban	
		F	%
1	1 kali	55	55%
2	2 kali	25	25%
3	3 kali	20	20%

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persentase karakteristik berdasarkan berapa kali beli dalam sebulan lebih dominan 1 kali dengan jumlah responden 55 dan jumlah persentase 55%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden 1 kali beli dalam sebulan lebih dominan.

3. Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Tabel. 6. Uji Kolmogorov – Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000

	Std. Deviation	3.21717563
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.036
	Negative	-.053
Test Statistic		.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data

Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel 6 pada output hasil SPSS diatas, bahwa nilai Singnifikansi Asymp Sig. ( 2 – tailed ) sebesar 0.200, maka yang berarti nilai lebih besar dari 0,05. Dengan kata lain variabel tersebut berdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolinearitas

Tabel. 7. Nilai Tolerance dan VIF Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.589	1.712			-.928	.356		
kualitas pelayanan	.574	.082	.643		6.976	.000	.325	3.073
kualitas makanan	.226	.085	.244		2.648	.009	.325	3.073

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel 7 diatas pada uotput hasil SPSS diatas maka :

1. Nilai *VIF* dari Kualitas Pelayanan dan kualitas makanan lebih kecil dari atau dibawah 10 (  $VIF < 10$  ), ini berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

2. Nilai *Tolerance* dari variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan lebih besar dari 0,10. Ini menunjukkan tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel.

3. Uji Heterokedastisitas

Tabel.8. Uji Glejser

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.096	1.047		1.047	.298
kualitas pelayanan	-.046	.050	-.160	-.912	.364
kualitas makanan	.084	.052	.282	1.612	.110

a. Dependent Variable: RES\_2

Berdasarkan tabel 8 diatas pada hasil output SPSS, dapat dilihat bahwa nilai signifikan (Sig) lebih besar > 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel.9. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.589	1.712		-.928	.356
kualitas pelayanan	.574	.082	.643	6.976	.000
kualitas makanan	.226	.085	.244	2.648	.009

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber:Data Primer yang Diolah

$$Y = - 1.589 + 0,574 X1+ 0,226 X2 + e$$

1. Konsanta – 1.589 yang memiliki arti apabila pada Kualitas pelayanan ( X1) dan kualitas makanan ( x2 ) bernilai 0 maka, kepuasan konsumen ( Y) bernilai -1.589 satuan.
2. Setiap perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang positif terhadap nilai kepuasan konsumen ( Y ) yaitu sebesar 0,574 satuan, yang dimana pada asumsi variabel kualitas makanan besarnya tetap. Dengan demikian pada variabel kualitas pelayanan (X1) yang bernilai positif akan menambah satu satuan yang akan mempengaruhi bertambahnya nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,574.
3. Setiap perubahan pada variabel kualitas makanan ( X2 ) sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang positif terhadap nilai kepuasan konsumen (Y) yaitu sebesar 0,226 satuan, yang dimana pada asumsi variabel kualitas pelayanan besarnya tetap. Dengan demikian pada variabel kualitas makanan (X2) yang bernilai positif akan menambah satu satuan yang akan mempengaruhi bertambahnya nilai kepuasan konsumen ( Y ) sebesar 0,226.

Berdasarkan hasil nilai pada uji Analisis Regresi Linear Berganda dari variabel *independen* maka dapat disimpulkan bahwa yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen adalah nilai variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,574.

## 5. Uji Hipotesis Penelitian

### a) Uji Parsial (Uji t)

Tabel.10. Uji Parsial (Uji T)

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-1.589	1.712		-.928	.356
kualitas pelayanan	.574	.082	.643	6.976	.000
kualitas makanan	.226	.085	.244	2.648	.009

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan  $t$  - tabel maka  $df = (100 - 3 = 97)$ , diperoleh  $t$  tabel 1,984, diperoleh nilai  $t$  - tabel sebesar 1.984. Hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji  $t$  diperoleh nilai  $t$  - hitung berdasarkan nilai koefisien yang didapatkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa :

1. Hasil pengujian pada analisis Uji  $t$  pada tabel 4.13 diatas maka pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) menunjukkan nilai thitung sebesar 6.976 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan menggunakan rumus  $t$  tabel diperoleh sebesar 1.984 maka berdasarkan ketentuan thitung ( $6.976$ )  $>$   $t$  tabel ( $1.984$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif atau mempunyai signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada Fritto Chicken Cabang HM. Joni.
2. Hasil pengujian pada analisis regresi linear berganda pada tabel 4.13 diatas maka pada variabel Kualitas Makanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) menunjukkan nilai thitung sebesar 2.648 dengan nilai signifikan 0,009. Dengan menggunakan rumus  $t$  tabel diperoleh sebesar 1.984 maka berdasarkan ketentuan thitung ( $2.684$ )  $>$   $t$  tabel ( $1.984$ ) dan nilai signifikansi lebih lebih kecil dari 0,05 maka disimpulkan bahwa variabel Kualitas Makanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif atau mempunyai nilai signifikansi terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada Fritto Chicken Cabang HM. Joni.

b) Uji Simultan (Uji  $f$ )

Tabel. 11. Uji Simultan (Uji  $F$ )

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2792.238	2	1396.119	132.163	.000 <sup>b</sup>
Residual	1024.672	97	10.564		
Total	3816.910	99			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), kualitas makanan, kualitas pelayanan

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan Tabel Hasil output SPSS diatas, maka dapat dilihat bahwa hasil pengujian regresi untuk keseluruhan variabel menunjukkan nilai Fhitung sebesar 132.163 dengan nilai signifikansi 0,000. Maka dengan menggunakan rumus Ftabel diperoleh sebesar 3,94, maka berdasarkan ketentuan Fhitung (132.163) > Ftabel (3,94) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan secara simultan (bersama – sama) antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Makanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Fritto Chicken Cabang HM. Joni.

c) Uji Koefisien Determinasi

Tabel. 12. Uji Simultan (Uji F)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 <sup>a</sup>	.732	.726	3.250

a. Predictors: (Constant), kualitas makanan, kualitas pelayanan

Sumber: Data Primer yang Diolah

1. Nilai R sebesar 0,855 berarti hubungan antara variabel *independen* Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Makanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 85,5%.
2. Nilai Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,726 yang mengandung arti bahwa variabel *independen* yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Makanan (X2) menjelaskan variabel *dependen* yakni Kepuasan Konsumen sebesar 72,6%. Sedangkan sisanya 27,4% dapat dijelaskan oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil dari hasil penelitian kuantitatif dapat disimpulkan bahwa konsumen dalam penelitian ini sebaagian besar berjenis kelamin wanita, sebanyak 70 responden atau 70%, berusia 21 – 30 tahun sebanyak 55 responden atau 55%, dengan karakteristik pekerjaan pegawai swasta sebanyak 48 responden atau 48%, dan pendapatan Rp. 2.000.000 – 3.000.000 sebanyak 29 responden dan berapa kali membeli dalam sebulan sebanyak 1 kali dengan jumlah 55

responden atau 55%, dari hasil Uji F yang dilakukan yaitu hasil pengujian secara bersama – sama diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen karena  $F_{hitung} 132.163 > F_{tabel} 3,94$ , dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan ada pengaruh kualitas Pelayanan ( X1 ) terhadap kepuasan Konsumen dengan nilai  $t_{hitung} 6.976 > t_{tabel} 1.984$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan pengaruh Kualitas Makanan ( X2 ) terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $t_{hitung} 2.648 > t_{tabel} 1.984$  dan nilai signifikannya  $0,009 < 0,05$ .

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Angliawati, R. Y., Farhat, M., & Mutaqin, I. (2023). Implikasi Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Slomo Cofee BANDUNG. *In Jurnal Sains Manajemen* (Vol.5, Issue1).  
<https://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Agusti, I. S., & Verano, Y. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (KFC Arjuna Medan Perjuangan). *Niagawan*, 11(1), 37.
- Altair, N., & Sukresna, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Kewajaran Harga, Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap kepuasan Pelanggan (studi pada konsumen coffee shop atas kota semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Binaraesa, N. N. P. C., Hidayat, I., & Lestariningsih, M. (2021). Store atmosphere memoderasi pengaruh kualitas makanan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada konsumen Moonk cartil & cafe Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 61-68.
- Carolina, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, pada Kepuasan Konsumen K-sushi. *Agora*, 7(2).
- Chandra, H., & Siaputra, H. (2020). Pengaruh kualitas makanan, kualitas layanan, dan citra merek terhadap minat beli ulang di restoran XYZ surabaya dengan kepuasan konsumen sebagai mediator. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(2).

*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Fritto Chicken Indonesia Cabang HM. Joni.*

*Fitria Rahmadani, Taufiq Risal*

Ekowati, H. S. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan dan Harga terhadap Kepuasan. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*. Vol, 2(2), 394.

Fauzi, M. F., Andhy, ) ;, & Adriyanto, T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Counter Handphone. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 664–671.

Haryadi, A. R., Nanggala, A., Prayogo, F. A., & Gunaningrat, R. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Brand Image Dalam Membangun Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ini Baru Steak Boyolali. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 2, No. 1, pp. 934-934).

Hutabarat, N. R. M., & Tanjung, Y. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome Di PT. Telkom Medan Sumatera Utara (Studi Kasus Di Marelan). *Student Research Journal*, 1(1), 303-322.

Komang, D., Setia, T., Chandra, K., & Irianto, S. Y. (n.d.). *Pengaruh Dimensi Pengalaman Pasca Pembelian Dalam Belanja Online Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna SHOPEE Di Bandar Lampung)*. <https://apjii.or.id/survei>,

Liliani, P. (2020). Analisis pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada behavioral intention restoran Top Yammie. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(2), 18-48.

Risal, T. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Hut Plaza Medan Fair.