JUMMA45
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 45 SURABAYA
Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi

Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Darmo Surabaya

Agnes Martalina Gasmi [1)] , Harsono Teguh [2)] Achmad Daengs GS [3)] , Bambang Karnain [4)] , Sugiharto [5)] ,Rina Dewi [6)] ,I Gede Wiyasa [7)]
[1-7)] Universitas 45 Surabaya
Korespondensi : agnesmartalina3@gmail.com

Abstract .*This study aims to see the effect of service quality on customer satisfaction at McDonald Darmo Surabaya. This type of research is quantitative with information described in the form of numbers as a tool to obtain information regarding what is known. The population used is McDonald Darmo Surabaya consumers with a sample of 100 people determined through the use of purpsove sampling. The results obtained show that service quality significantly affects customer satisfaction at McDonald Darmo Surabaya, through the t test obtained a sig value of 0.000 (<0.05) which indicates the hypothesis for service quality at McDonald Darmo Surabaya has a significant effect on customer satisfaction at McDonald Darmo Surabaya is accepted. Then through the coefficient of determination test, a value of 0.720 or 72.0% is obtained which reflects the dimensions of service quality in influencing consumer satisfaction, namely 28%, while the rest is influenced by external variables.*

Keywords: *service quality, McDonalds, customer satisfaction*

Abstrak . Penelitian ini ditujukan untuk melihat pengaruhnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen McDonald Darmo Surabaya. Jenis dari penelitian ini yakni kuantitatif dengan informasi yang dijabarkan dengan wujud angka selaku alat guna memperoleh keterangan terkait hal yang diketahui. Populasi yang diterapkan yakni konsumen McDonald Darmo Surabaya dengan sejumlah 100 sampel orang yang ditetapkan melalui penggunaan purpsove sampling. Hasil yang didapatkan memperlihatkan kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen pada McDonald Darmo Surabaya, melalui Uji t didapatkan sig senilai 0,000 (< 0,05) dimana mengindikasikan hipotesis untuk kualitas pelayanan McDonald Darmo Surabaya berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada McDonald Darmo Surabaya diterima. Kemudian melalui Uji koefisien determinasi didapatkan nilai sejumlah 0,720 ataupun 72,0% yang mencerminkan dimensi kualitas pelayanan dalam memberikan pengaruh untuk kepuasan konsumen yakni sejumlah 28%, sementara sisa lainnya terpengaruh dari variabel luar.

Kata kunci: kualitas pelayanan, McDonald's, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Era globalisasi *lifestyle* (gaya hidup) mengakibatkan hampir dari keseluruhan hal menjadi instan serta mudah, termasuk untuk perkembangan industri makanan seperti restoran cepat saji. Sekarang ini banyak dari generasi muda yang cenderung lebih gemar menghabiskan waktu maupun makan di cafe maupun mall, dengan tentunya makanan sejenis cepat saji maupun ala barat. Selain murah serta mudah, makanan cepat saji juga cenderung dikemas secara menarik serta banyak memberikan promo untuk konsumennya (Kompasiana.com, 2017). Diperoleh melalui laman Winnetnews.com (2019) mengapa masyarakat Indonesia lebih memilih makanan cepat saji yakni dikarenakan mempunyai harga cukup murah serta didorong oleh pola hidup serba sibuk yang membuat masyarakat lebih memilih untuk memperoleh tempat makan dengan kenyamanan yang baik, seperti restoran cepat saji. Sementara dalam Kumparan.com (2018) dijelaskan bahwasanya sejumlah alasan kenapa banyak yang menggemari makanan cepat saji yakni dikarenakan kepraktisan, bisa menekan stres, otak lebih

Received: Agustus 20, 2023; Accepted: September 10, 2023; Published: Oktober 30, 2023

menggemari makanan dengan tinggi kalori, racikan bumbunya yang membekas di benak, serta makanannya mudah mengakibatkan ketagihan.

Perubahan dari pola masyarakat dalam mengonsumsi makanan ini kemudian mengakibatkan pesatnya pertumbuhan restoran *fast food* (cepat saji). Adapun di Indonesia penjualan makanan *fast food* secara menyeluruh di tahun 2019 mendapati peningkatan sejumlah 15% (www.liputan6.com). Pertumbuhan dari penjualan nilai makanan cepat saji Indonesia seperti dijelaskan Euromonitor International yakni hingga USD 2,941 juta di tahun 2019, dimana sebelumnya hanya USD 1,442 juta di tahun 2013 (Wahyono, 2019). Mengacu dari hasil sudi *master card*, bahwasanya *trend* untuk industri makanan Indonesia dengan penyajian beragam makanan yang lezat, unik, dan menyuguhkan bermacam promo menarik mengakibatkan semakin bertambahnya minat masyarakat dalam membeli makanan jadi. (www.swa.co.id) berkenaan pada bertambahnya opsi restoran *fast food* di Indonesia, bisa peneliti berikan data terkait 10 besar perusahaan *fast food* yang diantaranya:

Tabel 1 List Perusahaan Restoran *Fast-food* di Indonesia Tahun 2020

No	Nama Restaurant	Nama Perusahaan	Jumlah Gerai
1	KFC	PT. *Fast-food* Indonesia	540
2	HokBen	PT. Ekaboga inti	350
3	CFC	PT. Pioneerindo Gourmet International	234
4	Pizza Hut	PT. Sarimelati kencana	224
5	A & W	Yum! Brands	200
6	McDonald's	PT. Rekso Nasional Food	168
7	Richeese Factory	PT. Everstone	100
8	Wendys	PT. Trans Burger	66
9	Dunkin' Donuts	PT Yoshinoya Indonesia	57
10	Burger King	PT. Sari Burger Indonesia	41

Sumber: www.swa.co.id

Dari tabel 1 bisa dikatakan bahwasanya perkembangan pada ranah industri terutama *fast food* tengah mendapati peningkatan pesat melalui banyaknya gerai yang terus bertambah setiap tahunnya, sehingga kemudian peneliti menentukan McDonald's selaku objek dari pelaksanaan penelitian ini dikarenakan jumlahnya yang termasuk urutan 6 besar serta secara global mempunyai inovasi maupun penjualan yang lebih baik dibanding restoran sejenis lain termasuk KFC. McDonald's sendiri mempunyai menu khusus musiman misalnya untuk imlek terdapat *beef prosperity*, sementara KFC tidak mempunyainya, dimana McDonald's juga menempati posisi ke-2 dari *Top Brand Award Restaurant Fast Food*. Penghargaan tersebut diberikan untuk beragam merek yang mampu mencapai posisi *Top* dengan mengacu dari penilaian survei yang skalanya nasional di bawah pelaksanaan *Frontier Consulting Group*. Ada pula beragam restoran *fast food* dalam tiga tahun belakangan yang mampu memasuki *Top Brand Award* diantaranya:

Tabel 2 ***Top Brand Award Restaurant Fast Food***

Restaurant Fast Food	Top Brand Index 2018	Top Brand Index 2019	Top Brand Index 2020
KFC	42.7%	26.2%	31.7%
McDonald's	24.3%	22.4%	28.2%
Hoka – hoka Bento	5.8%	5.4%	12.1%
Burger King	-	-	9.7%
CFC	-	-	5.7%
A & W	6.3%	5.4%	5.4%
Richeese Factory	2.7%	4.3%	4.3%

Sumber: *www.topbrand-award.com*

Berdasar pada tabel 2 didapati bahwasanya KFC ada dalam urutan pertama semenjak tahun 2018-2020, melalui persentase 42,7% pada tahun 2018 kemudian menurun pada tahun 2019 menjadi 26,2%, serta memperoleh peningkatan pada tahun 2020 sejumlah 31,7%. Mengacu pada *Top Brand Award* bisa diperhatikan bahwasanya KFC memimpin pasar makanan *fast food* Indonesia meskipun untuk 3 tahun belakangan cukup mendapati penurunan. Posisi ini masih kemudian dikejar McDonald's serta lain sebagainya, yang mengartikan McDonald's bahkan belum bisa memimpin dari pasar KFC serta berada masih di posisi kedua. Walaupun McDonald'sbelummampu mengalahkan pangsa pasarKFC dan masihberada pada urutankedua dari pesaing besarnya tersebut, hal ini menunjukkan trend positif McDonald's dengan pangsar pasar mencapai 28,2% pada tahun 2020 yang tidak lepas pada mutu pelayanan yang dilakukan McDonald's.

Kualitas pelayanan yang baik dalam sebuah restoran *fast food* termasuk sesuatu yang harus diperhatikan sehingga bisa memberikan rasa puas untuk konsumen supaya kemudian bisa tetap mempertahankan diri dalam kuatnya persaingan yang ada (Meilani, *et al*., 2017). Bila sebuah kualitas pelayanan yang diberikan rendah, kemudian akan berimbas terhadap ras kecewa dari konsumen. Adapun konsumen yang kecewa akan menceritakan pengalaman buruknya itu pada orang di sekitarnya, begitupun konsumen yang terpuaskan dimana mereka akan menceritakan pengalaman baiknya itu juga sehingga bisa mendatangkan banyak konsumen baru untuk restoran *fast food* (Lupiyoadi, 2016).

Kepuasannya konsumen termasuk aspek yang krusial demi kesuksesan dari sebuah bisnis, khususnya untuk yang berjalan dalam ranah jasa termasuk restoran *fast food* (Horax, *et al.,* 2017). Melalui keberadaan pelayanan berkualitas baik akan bisa menciptakan sebuah rasa puas untuk konsumen, sehingga kemudian mampu mendorong mereka untuk kembali lagi (Nabayev, *et al.,* 2019). Makanan siap saji untuk mencukupi kebutuhannya masyarakat bisa dijumpai dari beragam tempat, termasuk *food court*, kedai, maupun mall. Hal ini kemudian dimanfaatkan McDonald's sebagai sebuah momen ataupun peluang besar dalam menyajikan

makanan *fast food* dalam menjawab selera sekaligus kebutuhannya masyarakat (Laely, *et al*. 2020).

Alasan pemilihan McDonald's dari peneliti selaku objek yakni dikarenakan McDonald's termasuk restoran cepat saji terbaik serta terbesar di Indonesia, kemudian dikenal andal untuk memberikan layanan jasanya bagi konsumen, konsumen menganggap produknya nikmat, meskipun tetap masih ditemui sejumlah keluhan di lapangan uang konsumen berikan untuk McDonald's. Kemudian McDonald's Darmo Surabaya peneliti pergunakan menjadi objek dikarenakan konsep *standalone* ataupun berdiri sendiri dan memberikan layanan yang termasuk lengkap, misalnya 24 jam, Sarapan Pagi, McDelivery, *Drive-Thru*, Wifi, maupun perayaan Ulang Tahun. McDonald's Darmo Surabaya juga peneliti tetapkan selaku lokasi penelitian dikarenakan aksesnya mudah yakni di tengah kota yang sejalan pada target *marketing*, dimana diarahkan bagi masyarakat yang memerlukan makanan *fast food*.

Berdasar uraian latar belakang yang sudah dijelaskan, diperoleh beragam rumusan masalah yaitu 1) Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara kehandalan, jaminan, daya tanggap, empathy dan bukti fisik dengan kepuasan konsumen di McDonald's Darmo Surabaya?; 2) Apakah terdapat pengaruh secara simultan variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empathy, bukti fisik dengan kepuasan konsumen di McDonald's Darmo Surabaya?. Sedang tujuan penelitian untuk: 1) menguji secara empiris pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan, empathy dan bukti fisik secara parsial dengan kepuasan konsumen di McDonald's Darmo Surabaya; 2) Menguji secara empiris secara simultan pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik dengan kepuasan konsumen di McDonald's Darmo Surabaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Konsumen

Zeithaml. *et al*, (2006) menjabarkan, kehandalan yakni kapabilitas untuk memenuhi janji pelayanan secara memuaskan serta segera dari restoran. Kehandalan berkaitan dengan kemampuan restoran cepat saji dalam melayani konsumen dengan akurat serta segera. Hubungan dari kehandalan ini terhadap kepuasan termasuk positif. Kehandalan oleh konsumen dikatakan baik dan puas jika konsumen merasa bahwa kehandalan yang terdapat pada karyawan di restoran sesuai dalam perjanjian yang telah diungkapkan pada saat konsiumen pertama kali ke restoran. Kehandalan dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan restoran (Vigaretha & Handayani, 2018). Penelitian Wicaksono (2017) menyimpulkan kehandalan memiliki suatu pengaruh signifikan untuk kepuasan dari

konsumen. Konsisten terhadap Setyanugraha (2017); Nabayev, *et al* (2019); Dayu (2019) juga menyimpulkan kehandalan secara positif signifikan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen. Persepsi dari konsumen yang semakin baik pada kehandalan pelayanan akan mengakibatkan kepuasannya semakin besar, begitupun kebalikannya.

H_1: Kehandalam berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen

Setiap restoran diharuskan mampu menyajikan pelayanan dengan baik guna memberi rasa puas untuk konsumen, termasuk melalui daya tanggap (respons) yang dipenuhi empati serta ketulusan untuk konsumen. Daya tanggap bisa disampaikan dengan maksimal melalui memberikan bantuan untuk konsumen, memberi pelayanan secara cepat, mendengarkan serta menangani masalah yang konsumen alami, dimana tentu hal ini bisa mengakibatkan kepuasan dari konsumen meningkat. Melalui pemberian daya tanggap secara maksimal bagi konsumen maka bisa menciptakan rasa puas untuk mereka (Vigaretha & Handayani, 2018). Penelitian Wicaksono (2017) menjelaskan, secara positif serta signifikan daya tanggap mampu mempengaruhi kepuasannya konsumen. Sejalan dengan penelitian Setyanugraha (2017); Nabayev, *et al* (2019) menyimpulkan daya tanggap mampu memberikan pengaruh yang positif signifikan untuk kepuasannya konsumen.

H_2: Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen

Jaminan berhubungan dengan kesopanan, pengetahuan, kepercayaan diri, santun, dan rasa hormat untuk konsumen (Kotler, 2014:84). Nila pemberi pelayanan mampu memperlihatkan sejumlah sikap tersebut maka bisa memberikan peningkatan nilai maupun persepsi positif dari konsumen (Griffin, 2013:30). Melalui pemberian pelayanan yang sopan serta lemah lembut maka bisa berperan menjadi jaminan keamanan untuk konsumen, dimana kemudian akan mempengaruhi keberhasilan penyedia jasa. Penelitian Wicaksono (2017) menyimpulkan secara positif signifikan jaminan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen. Begitupun dengan Penelitian Setyanugraha (2017); Nabayev, *et al* (2019); Dayu (2019) menunjukkan jaminan mampu memberikan pengaruh yang positif signifikan untuk kepuasannya konsumen.

H_3: Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Konsumen

Empati merupakan wujud peduli karyawan pada konsumennya melalui memahami kebutuhannya konsumen, berkomunikasi dengan baik serta lebih memperhatikan konsumen. Kepuasan dari konsumen bisa dicapai dengan mudah bila karyawan sungguh-sungguh

memberi empati dalam pekerjaannya sehingga mampu memahami apakah yang konsumen rasakan, sebab dari sinilah aspek kepuasan konsumen terbentuk. Penelitian Wicaksono (2017) menyatakan bahwasanya empati secara positif signifikan mempengaruhi kepuasannya konsumen. Hasil lainnya dari Nabayev, *et al* (2019) serta Dayu (2019) menyimpulkan empati mampu memberikan pengaruh yang positif serta signifikan untuk kepuasan konsumen.

H_4: Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

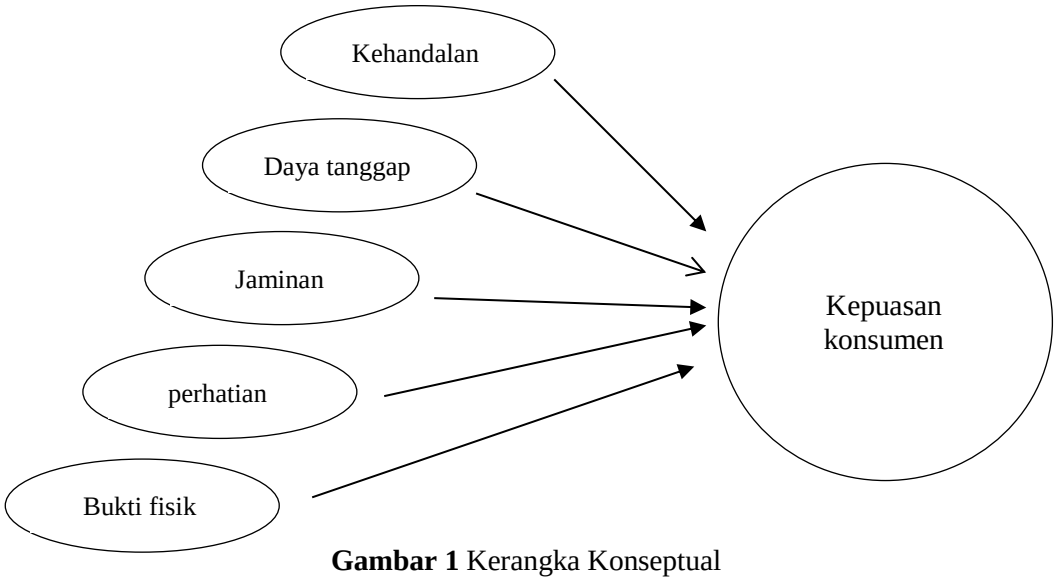
Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen

Tangible ataupun bukti fisik termasuk dalam kebutuhannya konsumen yang terfokus untuk fasilitas secara fisik. Ketika bersamaan juga elemen ini mampu menjadi sumber yang bisa memberikan pengaruh untuk keinginan konsumen, sebab melalui adanya sebuah bukti fisik yang baik akan mendorong keinginannya konsumen menjadi semakin besar. Bukti fisik ini juga berperngaruh untuk pandangan konsumen. Sebab sebuah wujud dari pelayanan jasa tidak dapat diraba, dicium, ataupun dilihat (Dayu, 2019). Keterkaitan dari bukti fisik pada kepuasannya konsumen yakni bentuk fisik dengan pengaruh yang positif untuk kepuasannya konsumen. Persepsi dari konsumen yang semakin baik terhadap bukti fisik akan meningkatkan kepuasan serta membentuk loyalitasnya. Kebalikannya bila pandangan konsumen untuk bukti fisik tidak baik akan mengakibatkan kepuasannya lebih rendah. Penelitian Wicaksono (2017); Setyanugraha (2017) Nabayev, *et al* (2019) menyatakan bahwa bukti fisik mampu memberikan pengaruh yang positif signifikan untuk kepuasannya konsumen.

H_5: Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Kerangka Konseptual

Adapun bisa peneliti gambarkan kerangka konseptual penelitian yang dipergunakan menjadi landasan pemikiran dalam melaksanakan analisis:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Companies that have competence in the fileds of marketing, manufacturing and innovation can make its as a sourch to achieve competitive advantage (Daengs GS, et al. 2020:1419).

The research design is a plan to determine the resources and data that will be used to be processed in order to answer the research question. (Asep Iwa Soemantri, 2020:5).

Standard of the company demands regarding the results or output produced are intended to develop the company. (Istanti, Enny, 2021:560).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan ini tergolong dalam konklusif dengan bentuk kausal, dimana berupaya mengungkap pengaruhnya dimensi kualitas layanan dengan kepuasan konsumen di McDonald's Darmo Surabaya. Adapun untuk pendekatan yang peneliti terapkan yakni kuantitatif, dimana menganalisis data dengan bentuk angka ataupun numeric dengan mengembangkan model matematis, hipotesis ataupun teori yang berhubungan peneliti (Suryani, 2015:109). Data oleh peneliti di sini akan dianalisis melalui batuan *software* SPSS versi 24 *for* Windows.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Peneliti di sini menetapkan target populasi berupa orang yang pernah mengonsumsi serta membeli produk McDonald's Darmo Surabaya dan memakannya di tempat, setidaknya 3 kali untuk 6 bulan belakangan. Karakteristik dari populasi ini yakni konsumen baik wanita maupun pria, pernah berkunjung ke *fast food* lain, tinggal di Surabaya, serta setidaknya lulusan SMA dengan beralasan supaya bisa mengerti serta memberikan tanggapannya dengan baik untuk kuesioner yang hendak diajukan. Sampel yakni sebagiannya populasi dengan mencakup sejumlah anggota populasi yang peneliti telah pilih (Sekaran & Bougie, 2017:123). Penentuan sampel ini dilaksanakan melalui *non probability sampling,* melalui teknik *purposive sampling*. Asnawani & Wijaya, (2005:254) menjelaskan, *purposive sampling* yakni cara penentuan sampel yang dilandaskan terhadap suatu kriteria yang telah diterapkan oleh penlis agar relevan. Penelitian ini menggunakan Pendekatan Cohran dalam Sujalu *et al.,* (2021:88).

Rumus Cochran :

$$n_0 = \frac{Z^2.p.q}{e^2}$$

n_0 : Besarnya sampel

Z^2 : Tingkat Kepercayaan, pada penelitian ini yaitu 95 %

p : Proporsi suatu atribut dalam suatu populasi, pada penelitian ini diasumsikan p = 5%

q : 1-p

e : Derajat kepercayaan yaitu 90 % berarti margin of error 10 % atau 0,1

Nilai Z diperoleh dari tabel statistik dimana berisikan area dibawah kurva normal.

$$n_0 = \frac{(1{,}96)^2.(0.5)..(0.5)}{(0.1)^2}$$

$n_0 =$ 96,04

Jadi pada penelitian ini sampel minimal berjumlah 100 orang responden.

Variabel dan Operasional Variabel

Variabel

Peneliti di sini menerapkan sejumlah variabel untuk dipelajari, diantaranya yakni variabel X (independen) yang mencakup kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik serta variabel Y (dependen) yang berupa kepuasan konsumen.

Operasional Variabel

Adapun definisi operasional untuk variabel independen dan dependen yang digunakan diantaranya:

Tabel 3 Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Variabel	Definisi opersaional	Indikator
Kehandalan	Kemampuan pegawai McDonald's Darmo Surabaya dalam menjalankan janjinya secara akurat serta terpercaya untuk konsumen	a. Memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan, b. Simpatik dan meyakinkan, c. Pelayanan tepat waktu yang dapat diandalkan yang akurat
Daya tanggap	Kemauan karyawan McDonald's Darmo Surabaya untuk membantu konsumen serta menyediakan pelayanan kepada konsumen secara tepat, cepat, serta mampu mendengarkan juga menangani keluhannya konsumen	a. Mengatakan waktu pelayanan yang tepat, b. Pekerja selalu siap melayani permintaan, c. Pelayanan tepat waktu, d. Pekerja bersedia membantu.
Jaminan	Kemampuan McDonald's Darmo Surabaya untuk menimbulkan rasa percaya konsumen terhadap pelayanan restoran yang diberikan selama berada di restoran	a. Pekerja yang dapat dipercaya, b. Perasaan aman dalam transaksi keuangan, c. Pekerja yang berpengetahuan.
Empati	Persepsi konsumen yang dinilai berdasar kesopanan dan keramahan karyawan McDonald's Darmo Surabaya melalui dipenuhi perhatian, mengerti kebutuhannya konsumen, mengambil tindakan untuk kepentingan konsumen, serta senantiasa memberikan bantuan bagi konsumen	a. Ketersediaan makanan anak-anak, b. Ketersediaan hiburan anak-anak, c. Ketersediaan saos, dan sebagainya, d. Jam operasi yang nyaman, Lokasi yang nyaman, e. Makanan yang dikemas lengkap.
Bukti fisik	Tingkat kelengkapan peralatan dan fasilitas yang dimiliki McDonald's Darmo Surabaya untuk memudahkan dalam pelayanan kepada konsumen	a. Ruang makan yang bersih, b. Pekerja yang berpakaian baik, Menggunakan sarung tangan sekali pakai dan jaring rambut, c. Ketersediaan tempat duduk, dan Ketersediaan tempat.

Kepuasan Konsumen	Sebuah ungkapan rasa yang memiliki arti kekecewaan maupun kesenangan konsumen sesudah membandingkan diantara harapannya dan kinerja restoran	a. Puas denganmakanan, b. Pilihan makanan yang bijaksana, Hal yang tepat, c. Pengalaman yang menyenangkan.

Sumber: Wibisono (2018)

Teknik Analisis Data

Statistik Deskriptif

Analisis ini ditujukan guna menginformasikan serta menjelaskan deskripsi dari variabel serta karakteristiknya responden. Sebuah penelitian statistik deskriptif dimaksudkan guna menggambarkan suatu kondisi sebagaimana adanya, tanpa memandang hubungan lain (Bungin, 2017:187). Pengujian ini diselenggarakan melalui pengolahan terhadap data kuesioner dengan cara pentabulasian serta pengelompokan untuk kemudian bisa dijabarkan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Sunyoto (2016;92) pengujian ini diterapkan guna menguji data dari variabel X serta Y dalam sebuah persamaan regresi yang peneliti hasilkan, apakah terdistribusi dengan normal maupun tidaknya. Hal ini bisa ditentukan dengan penggunaan metode Kolmogorov-Smirnov, melalui asumsi "jika p > tingkat sig 0,05 dengan sampel sejumlah > 50". Data dikatakan berdistribusi normal ketika hasil perhitungan signifikansi pada aplikasi SPSS nilainya > $\alpha = 0{,}05$.

Uji Multikolinearitas

Pengujian ini digunakan dalam menguji apakah ditemuinya korelasi antar variabel X, yang dilaksanakan melalui memperhatikan nilai VIF (Variance Inflation Factor) maupun tolerance. Dua pengukuran ini memperlihatkan setiap variabel X mana kah yang dijabarkan oleh X yang lain. Adapun jika didapati VIF dibawah 10 ataupun tolerance melampaui 10 mencerminkan model terbebas oleh multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Adapun untuk menguji Heteroskedastisitas ini menggunakan grafik *scatterplot*, dan analisisnya: 1) Bila ditemui suatu pola, misalnya beragam titik mewujudkan sebuah pola teratur (misalnya mewujudkan gelombang, menyempit, maupun melebar) akan mencerminkan terdapatnya heteroskedastisitas. 2) Bila tidak ditemui suatu pola jelas, dengan beragam titik yang tersebar di bawah maupun atas 0 di sumbu Y akan mencerminkan tidak terdapatnya heterokedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Melalui pengujian ini bisa diketahui terdapat maupun tidak pengaruh dari setiap variabel X untuk Y dengan diuji melalui tingkatan sig 0,05 (Mulyono, 2018:113). Kriteria keputusannya adalah sebagai berikut: 1) t statistic > 0,05 ataupun t hitung < t tabel mencerminkan adanya pengaruh dari variabel X dengan Y (Ha ditolak ataupun Ho diterima); 2) t statistik < 0,05 ataupun t hitung > t tabel mencerminkan adanya pengaruh dari variabel X dengan Y (Ha diterima ataupun Ho ditolak).

Uji F (Simultan)

Melalui pengujian ini akan diketahui apakah variable X yang peneliti pergunakan secara bersamaan bisa menjelaskan Y (Mulyono, 2018:113). Keputusan pengujian ini bisa diambil melalui: 1) F statistic > 0,05 ataupun F hitung < F tabel mencerminkan tidak danya pengaruh signifikan dari keseluruhan variabel X dengan Y (H0 diterima ataupun Ha ditolak); 2) F tatistic < 0,05 ataupun F hitung > F tabel mencerminkan adanya pengaruh signifikan dari keseluruhan variabel X dengan Y (Ha diterima ataupun Ho ditolak).

Analisis Regresi Berganda

Secara mendasar analisis ini menentukan ketergantungan dari variabel Y dengan satu ataupun lebih X, yang dilaksanakan melalui persamaan:

$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Adapun hasil dari pengujian ini diantaranya:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel Kehandalan

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	Pegawai memberikan pelayanan dengan baik kepada pelanggan saat melakukan *delivery* order sesuai yang dijanjikan	0,492	0,1654	Valid
X1.2	Pegawai menanggapi semua permintaan pelanggan dengan Simpatik dan meyakinkan,	0,354	0,1654	Valid
X1.3	Pegawai memberikan pelayanan tepat waktu, akurat serta dapat diandalkan	0,457	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS,

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tanggap

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	Pelayan McDonald's Darmo Surabaya mampu memberikan pelayanan tepat waktu	0,474	0,1654	Valid
X2.2	Karyawan McDonald's Darmo Surabaya selalu siap melayani permintaan, pelanggan	0,406	0,1654	Valid
X2.3	Karyawan McDonald's Darmo Surabaya mampu memberikan pelayanan tepat waktu	0,573	0,1654	Valid
X2.4	Karyawan McDonald's Darmo Surabaya bersedia membantu saat diminta oleh konsumen.	0,642	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS,

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Jaminan

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	McDonald's Darmo Surabaya memiliki karyawan yang dapat dipercaya,	0,569	0,1654	Valid
X3.2	Konsumen merasa aman dalam transaksi keuangan dengan McDonald's Darmo Surabaya	0,490	0,1654	Valid
X3.3	Karyawan McDonald's Darmo Surabaya yang berpengetahuan.	0,418	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Lampiran 3

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Empati

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X4.1	McDonald's Darmo Surabaya memiliki ketersediaan makanan anak-anak bervariasi.	0,617	0,1654	Valid
X4.2	McDonald's Darmo Surabaya memiliki ketersediaan hiburan anak-anak yang menarik	0,613	0,1654	Valid
X4.3	McDonald's Darmo Surabaya memiliki ketersediaan saos, dan sebagainya, sesuai keinginan konsumen.	0,.620	0,1654	Valid
X4.4	McDonald's Darmo Surabaya memiliki jam operasi yang panjang serta lokasi yang nyaman,	0,538	0,1654	Valid
X4.5	McDonald's Darmo Surabaya menawarkan makanan yang dikemas lengkap.	0,599	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS,

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X5.1	McDonald's Darmo Surabaya memiliki ruang makan yang bersih	0,526	0,1654	Valid
X5.2	McDonald's Darmo Surabaya memiliki ketersediaan tempat duduk yang nyaman.	0,665	0,1654	Valid
X5.3	Pegawai McDonald's Darmo Surabaya berpakaian baik serta Menggunakan sarung tangan sekali pakai dan jaring rambut,	0,226	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS,

Tabel 6
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan

Y1	Dengan mengkonsumsi produk atau makanan McDonald's Darmo Surabaya konsumen merasa puas	0,734	0,1654	Valid
Y2	Dengan pilihan variasi makanan yang ada di. McDonald's Darmo Surabaya saya merasa puas	0,683	0,1654	Valid
Y3	Saya memiliki pengalaman yang menyenangkan saat makan di McDonald's Darmo Surabaya	0,.664	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Hasil Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dilaksanakan melalui penggunaan 30 responden pertama dan diukur berbantuan *software* SPSS 24.0. Berikut hasilnya:

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai *Cronbach Alpha*	Keterangan
1	Kehandalan	0,620	*Reliabel*
2	Daya tanggap	0,730	*Reliabel*
3	Jaminan	0,676	*Reliabel*
4	Empati	0,806	*Reliabel*
5	Bukti fisik	0,646	*Reliabel*
6	Kepuasan konsumen	0,833	*Reliabel*

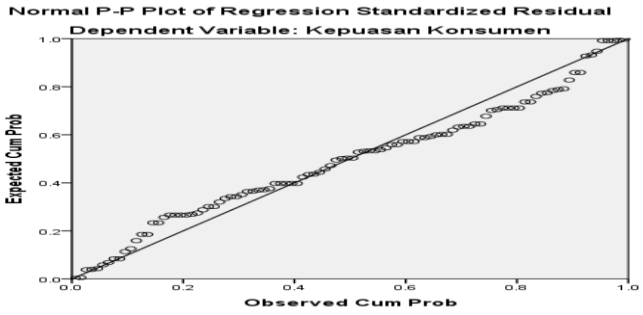
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Lampiran 3

Berlandaskan tabel tersebut, maka didapati setiap variabel menghasilkan skor *cronbach alph*a ≥ 0,60 maka penyebaran dan pengumpulan data kuesioner reliablel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian melalui pendekatan *normal P-P Plot* bisa diperhatikan dalam gambar dibawah:



Gambar 1 Probability Plot Uji Normalitas

Mengacu dari Probability Plot pengujian sebagaimana yang tersaji pada gambar 4.2 menyimpulkan bahwa data tersebut dikatakan normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8
Hasil Pengujian Multikolinearitas

Coefficients[a]

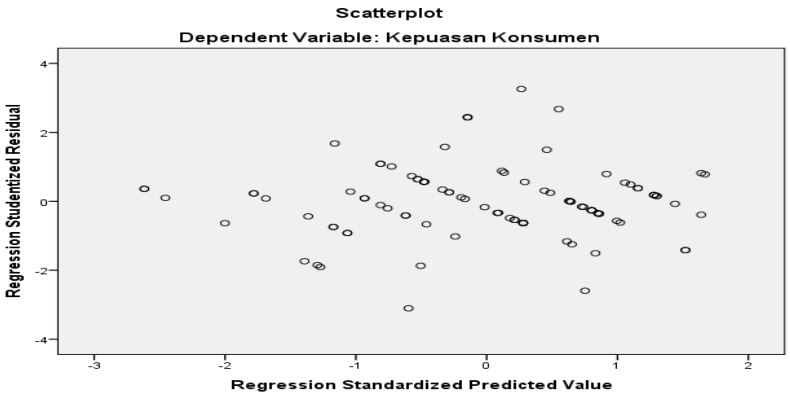
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kehandalan	.281	3.560
	Daya tanggap	.317	3.157
	Jaminan	.463	2.159
	Empati	.225	4.435
	Bukti FIsik	.421	2.375

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Mengacu dari tabel di atas, didapati *tolerance* dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empathy, bukti fisik > 0,10 serta dengan VIF < 10,00. Kondisi ini mencerminkan bahwasanya tidak terdapat Multikolonieritas dalam model.

Uji Heteroskedatisitas

Dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil grafik heteroskedastis tersaji dalam gambar 4:



Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Lampiran 6

Gambar 2 Grafik Heteroskedastisitas

Mengacu dari perolehan seperti yang diperlihatkan di atas, didapati adanya sejumlah titik yang tersebar ataupun ada dibawah serta diatas 0 serta sumbu Y. Kondisi ini mencerminkan tidak adanya Heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Uji F

Melalui pengujian ini akan diketahui apakah variable X yang peneliti pergunakan secara bersamaan bisa menjelaskan Y, dimana hasil yang diperoleh diantaranya:

Tabel 9
Uji Statistik F

ANOVA[a]

Model		*Sum of Squares*	df	*Mean Square*	F	Sig.
1	*Regression*	19.143	5	3.829	48.229	.000[b]
	Residual	7.462	94	.079		
	Total	26.604	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Bukti FIsik, Jaminan, Kehandalan, Empati, Daya tanggap

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Hasil pengujian hipotesis pengaruhnya variabel X yang peneliti terapkan terhadap kepuasan konsumen (Y) signifikan, yang terbukti melalui perolehan sig sejumlah 0,000 (<0,05). Sehingga hipotesis bisa peneliti terima dikarenakan sig sejumlah 0,000 tersebut, dengan demikian dimensi kualitas pelayanan mempunyai peran besar untuk mempengaruhi kepuasannya konsumen McDonald's Darmo Surabaya sehingga perlu mendapat perhatian dari manajemen.

Uji t

Melalui pengujian ini bisa diketahui terdapat maupun tidak pengaruh dari setiap variabel X untuk Y dengan diuji melalui tingkatan sig 0,05. Hasil yang diperoleh diantaranya:

Tabel 10
Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Hipotesis		**B**	**t hitung**	***Sig***	**Keterangan**
H1 (+)	Kehandalan → Kepuasan Konsumen	0,359	.5,963	0,000	Terdukung
H2 (+)	Daya tanaggap → Kepuasan Konsumen	0,648	2,762	0,007	terdukung
H3 (+)	Jaminan→ Kepuasan Konsumen	0,333	2,632	0,010	Terdukung
H4 (+)	Empati → Kepuasan Konsumen	0,226	3,335	0,001	Terdukung
H5 (+)	Bukti fisik → Kepuasan Konsumen	0,422	1.989	0,049	Terdukung

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS,

Hipotesis dinyatakan terdukung bila memiliki arah pengaruh yang sama dengan hasil pengujian, serta memiliki nilai signifikan nilai t hitung ≥ 1,96 /dengan $p \leq 0,05$ melalui $\alpha = 5$ %. Berdasarkan data dari tabel 4.19 kemudian gambar 4.1 menunjukkan nilai B yang memperlihatkan besarnya pengaruh antar variabel, terlihat bahwasanya semua hipotesis yang terdukung secara penuh. Hipotesis yang terdukung secara penuh adalah H1 yaitu hubungan antara kehandalan dengan kepuasan konsumen, H2 yaitu hubungan antara daya tanggap dengan kepuasan konsuen, H3 yaitu hubungan jaminan terhadap kepuasan konsumen, H4 yaitu hubungan empathy terhadap kepuasan konsumen, sedang H5 yaitu hubungan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen karena hasil nilai *t-value* diatas 1,965, sehingga membuat dimensi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil dari pelaksanaan analisis dipergunakan dalam melihat pengaruh utamanya variabel X dengan Y. Hasil yang didapatkan diantaranya:

Tabel 11
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	t	*Sig.*
		B	*Std. Error*	*Beta*		
1	(Constant)	.359	.293		1.225	.224
	Kehandalan	648	.109	.649	.5.963	.000
	Daya tanggap	.333	.121	.303	2.762	.007
	Jaminan	.226	.086	.206	2.632	.010
	Empati	.422	.126	.364	3.335	.001
	Bukti FIsik	.121	.061	.110	1.989	.049

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Persamaan regresi tersebut dapat digambarkan:

$$Y = .0,359 + 0,648b_1 + 0,333b_2 + 0,226b_3 + 0,422b_4 + 0,121b_5 + e$$

Pengujian Koefisien Determinan (R^2)

Pengujian ini diselenggarakan melalui dukungan SPSS sebagaimana tersaji dalam tabel berikut ini.

Tabel 12
Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	*R Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	.848[a]	.720	.705	.28175

a. Predictors: (Constant), Bukti FIsik, Jaminan, Kehandalan, Empati, Daya tanggap

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, Lampiran 5

Mengacu dari hasil ini, terlihat dalam kolom *Adjusted* R^2 besar dari koefisien determinasi sejumlah 0,705 ataupun 70,5% yang mencerminkan Kepuasan Konsumen terpengaruh dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empathy serta bukti fisik sebesar 70,5% sementara sisa lainnya sejumlah 29,5% terpengaruh dari variabel luar.

Time management skills can facilitate the implementation of the work and plans outlined. (Rina Dewi, et al. 2020:14)

Saat mengumpulkan sumber data, peneliti mengumpulkan sumber data berupa data mentah. Metode survei adalah metode pengupulan data primer dengan mengugunakan pertanyaan tertulis(Kumala Dewi, Indri et all, 2022 : 29).

Data analysis in the study was carried out through descriptive analysis method, which is defined as an attempt to collect and compile data, then an analysis of the data is carried out, while the data collected is in the form of words. (Kasih Prihantoro, Budi Pramono et al, 2021 : 198).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan hasil penelitian Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada McDonald's Darmo Surabaya melalui pengujian statistik diantaranya:1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel keandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada McDonald's Darmo Surabaya dengan nilai Beta (B) sebesar 0, 648 melalui probabilitas 0, 000 (< α=0,05); 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada McDonald's Darmo Surabaya dengan nilai Beta (B) sebesar 0,333 melalui probabilitas 0,007 (< α=0,05); 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada McDonald's Darmo Surabaya dengan nilai Beta (B) sebesar 0,086 melalui probabilitas 0,010 (< α=0,05); 4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel empathy berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada McDonald's Darmo Surabaya dengan nilai Beta (B) sebesar 0,422 melalui probabilitas 0,001 (< α=0,05); 5) Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada McDonald's Darmo Surabaya dengan nilai Beta (B) sebesar 0,121 melalui probabilitas 0,049 (< α=0,05); 6) Secara simultan kehandalan,

daya tanggap, jaminan, perhatian, serta bukti langsung berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada McDonald's Darmo Surabaya. Kelima variabel tersebut menjadi faktor penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada McDonald's Darmo Surabaya.

Saran

Berdasar dari kesimpulan sebelumnya, peneliti memiliki beberapa saran yang diantaranya: 1) Agar kepuasan Konsumen McDonald's Darmo Surabaya meningkat, maka perlu meningkatkan dimensi kualitas pelayanan serta faktor lain seperti penyediaan ruang pengaduan maupun layanan dari media sosial dengan lebih baik lagi, sehingga McDonald's Darmo Surabaya menjadi pilihan konsumen; 2) Hasil penelitian menunjukkan hanya sebesar 52% pengaruh keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik dengan kepuasan konsumen pada McDonald's Darmo Surabaya, karena 48% kepuasan konsumen dijelaskan variabel lain, dimana diharapkan penelitian mendatang mampu memasukkan variabel tersebut; 3) Pihak manajemen McDonald's Darmo Surabaya agar selalu memperhatikan secara serius dimensi kualitas pelayanan, karena berpengaruh besar untuk kepuasan konsumen, sehingga harapan yang diinginkan oleh konsumen bisa terpuaskan; 4) Sebaiknya bagi penelitian mendatang mampu mengangkat variabel lainnya yang memberikan pengaruh dengan kepuasan bahkan hingga variabel loyalitas. Dengan pengembangan variabel lain diharapkan dapat tercipta generalisasi terkait teori yang dapat mempengaruhi kepuasan kepuasan konsumen di McDonald's Darmo Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Asnawi, S.K., dan C.Wijaya. (2005). *Riset Keuangan: Pengujian Pengujian Empiris.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Bungin, B. (2017). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasara* Edisi Pertama. Jakarta: kencana Prenada Media Goup.

Daengs, G. S. A., Istanti, E., Negoro, R. M. B. K., & Sanusi, R. (2020). The Aftermath of Management Action on Competitive Advantage Through Proccess Attributes at Food and Beverage Industries Export Import in Perak Harbor of Surabaya. *International Journal Of Criminology and Sociologi, 9*, 1418–1425

Dayu, W. (2019) Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Jaminan, Daya Tanggap Dan Empati Terhadap Kepuasan Konsumen Pada inimarket 212 Di Kota Medan. *Tesis.* Pascasarjana. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.

Enny Istanti1), Bramastyo Kusumo2), I. N. (2020). IMPLEMENTASI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PEMBELIAN BERULANG PADA PENJUALAN PRODUK GAMIS AFIFATHIN. *Ekonomika 45*, *8*(1), 1–10

Griffin. (2013). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Terjemahan). Erlangga, Jakarta

Horax, M., Sanjaya, L., Pratiwi, J., & Yosephine, K.A. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji (Restoran X) dengan Metode Service Quality(Servqual). *Jurnal Metris* 18(1): 65–74. journal homepage: http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/metris.

Iwa Soemantri, Asep et al. 2020. Entrepreneurship Orientation Strategy, Market Orientation And Its Effect On Business Performance In MSMEs. Jurnal EKSPEKTRA Unitomo Vol. IV No. 1, Hal. 1-10.

Kumala Dewi, Indri et al, 2022 Peningkatan Kinerja UMKM Melalui pengelolaan Keuangan,Jurnal Ekonomi Akuntansi , UNTAG Surabaya, Hal ; 23- 36

Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jakarta: PT. Indeks.

Laely, N., Djunaedi, & Rosita, D. (2020) Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan: Studi Konsumen McDonald's Kediri. Ekonika : *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 15(2): 224-242 ISSN (*Online*) 2581-2157

Lupiyoadi, R (2016). *Manajemen Pemaaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba Empat

Mcdonald.co.id, http://www.mcdonalds.co.id/location/surabaya, (Diakses pada tanggal 13 Desember 2021).

Meilani, I.V., Prasetyo, S. Kamila, D., & Purnamasari, D. (2017) Analisa Kualitas Layanan Pada Restoran Cepat Saji McDonald's Dago. *Industrial Research Workshop and National Seminar* (IRONS) Politeknik Negeri Bandung July 26-27.

Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu* (H. Edisi 1. Yogyakarta: Deepublish.

Nabayev, A.L., Pawenang, S. & Sudarwati (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan *Drive Thru* McDonald's Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Utilitas*.5(2): 40-48 ISSN elektronik: 2714-6588.

Prihantoro, Kasih, Pramono, Budi et all. 2021. *Tourism Village Goverment Program, Caractized By State Defence As The Economic Foundation Of National Defence*, International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS), Vol. V, Issue V, Page 197-2001.

Rina Dewi, et al. 2020. Internal Factor Effects In Forming The Success Of Small Businesses. Jurnal SINERGI UNITOMO, Vol. 10 No. 1, Hal. 13-21

Sekaran, U. & Bougie, R. (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.

Setyanugraha R. (2017) Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Konsumen pada Kafe Uniccone Malang. *Skripsi.* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.

Sunyoto. D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.

Sujalu, A. P., Latif, I. N., Bakrie, I., & Milasari, L. A. (2021). *Statistik Ekonomi 1, Cetakan 1*. Yogyakarta: Zahir publishing

Suryani, H. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Menajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.

Wibisono, I. P (2018). Customer Satisfaction dan Behavioral Intention di McDonald's. *Journal of Tourism and Creativity* 2(2): 1-18 ISSN: 2549-483X

Wicaksono, T. (2017) Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UPIK Futsal Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen* 1(2): 40-55 ISSN 1979-1127.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of marketing*, *52*(2), 35-48.

Zeithaml, V.A., Marry Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler, (2006). *Service Marketing*, 4ed., (America New York 10020: McGraw – Hill.

Vigaretha, G., & Handayani, O.W.K, (2018). Peran Kepuasan Pasien sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Mutu Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien. *Higeia Journal Of Public Health Research And Development.* 2(4): 543 – 662 http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/higeia

http://www.kompasiana.com fashion-dan-gaya-hidup- (2017)

http://www. kumparan.com. alasan makanan cepat saji sangat digemari (2018)

http://www. swa.co.id diakses tanggal 8 Februari 2022

http://www.winnetnews.com alasan orang Indonesia yang cenderung mengonsumsi makanan cepat saji (2019)