

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN WAKTU TUNGGU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA *DRIVE THRU* Mc DONALD A.YANI DI KOTA PADANG)

Viqri Fadilla¹⁾, Mery Trianita²⁾

Prodi Manajemen, Fakultas ekonomi bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: viqrifadilla30@gmail.com, merytrianita@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, perkembangan dunia bisnis tumbuh dengan pesat, banyak peluang dan juga tantangan nya. Diikuti dengan pola hidup manusia yang bergerak cepat, manusia menginginkan suatu barang bahkan makanan dengan cepat atau instan. Tidak heran lagi apabila manusia menyukai makanan cepat saji sesperti McDonalds ini. Usaha restoran cepat saji atau restoran fast food merupakan salah satu dari sekian perusahaan yang menuntut pelayanan yang maksimal dan profesionalitas tinggi. McDonald's merupakan salah satu bisnis waralaba yang sukses di Indonesia dan mempunyai sistem layanan yang inovatif untuk bersaing dan menarik konsumen yang disebut "Drive Thru". *Drive thru* (membeli tanpa turun dari kendaraan) merupakan salah satu layanan yang diterapkan sebagai pembeda bagi pesaingnya. Dengan banyaknya restoran cepat saji yang ada, persaingan antar restoran tidak dapat dihindari. Tingkat persaingan tersebut dapat dinilai dari kepuasan para konsumen setelah mengunjungi restoran tersebut. Jika konsumen memiliki kendala dan merasa tidak puas terhadap restoran cepat saji yang dikunjunginya, maka konsumen bisa saja tidak akan memercayai restoran cepat saji tersebut dan berpindah mengunjungi restoran cepat saji lainnya. Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Kepuasan Pelanggan adalah Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Harapan pelanggan dapat bersumber dari berbagai hal, seperti dari pengalaman pembelian sebelumnya, teman dan informasi pasar [1].

METODE

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian kuantitatif, analisis deskriptif diperlukan agar mengetahui tingkat capaian responden (TCR), SEM-PLS digunakan sebagai alat pengolahan data dan pengujian hipotesis, maka dari itu diperlukanlah *Measurement Model Assesment* (MMA) yang berfungsi sebagai uji validitas, reliabilitas dan uji diskriminan, selanjutnya dilakukan uji R Square dan Q square, dan untuk pengujian hipotesis digunakan prosedur *Structural Model Assesment* (SMA).

Konsumen *Drive Thru* Mc Donald di Kota Padang dijadikan populasi dalam penelitian ini. Variabel kualitas pelayanan dan waktu tunggu dijadikan sebagai variabel independen dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel dengan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang kemudian dikenal sebagai *Purposive Sampling* [2]. Kriteria responden yang pertama yaitu konsumen yang melakukan pembelian lebih dari satu kali pada *Drive Thru* Mc Donald A. Yani di Kota Padang, telah berusia lebih dari 17 tahun, berdomisili di Kota Padang. Sampel diambil sebanyak minimal 60 responden [2].

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah 20 kali dari variabel yang diteliti, terdapat 3 variabel (kualitas pelayanan, waktu tunggu, dan kepuasan pelanggan) maka jumlah variabel dikali 20 = 60 [2]. Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data menggunakan kuesioner dengan skala likert lima jawaban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alat pengujian struktural yang dilakukan untuk mengetahui variabel eksogen terhadap variabel endogen secara umum disebut sebagai *Structur ModelAssesment* (SMA). Jika suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen memiliki T statistic > 1,96 dan P value < 0,05, maka dapat diartikan bahwa variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen, dan sebaliknya oleh [3].

Tabel 1 : Indirect Effect

Pengaruh	Original Sample	T Statistics	P Values	Hipotesis
Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	1.040	9.606	0.000	H1 Diterima
Waktu Tunggu (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	-0.073	0.639	0.532	H2 Ditolak

Berdasarkan Tabel 1 diatas pada hipotesis pertama kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai original sample yaitu 1.040 Kemudian T Statistik 9.606 >1.96 dan nilai P Value 0.000 < 0.05, maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dikatakan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima. Hipotesis kedua waktu tunggu terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai original sample -0.073 dengan T Statistik 0.639 < 1.96 dan nilai P Value 0.532 > 0.05. Maka dapat disimpulkan waktu tunggu tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan, sehingga dikatakan bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan telah melalui tahap pengolahan data maka ditemukanlah bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, waktu tunggu tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan konsumen pada *Drive Thru Mc Donald A.Yani* di Kota Padang.

Penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan maka untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat memperluas sampel, dan menambahkan satu variabel baru.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Variza Aditiya, Muhalida Zia Ibhara, N. A. N. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Agung Automall Cabang Dumai. *Jurnal pendidikan dan konseling*, 4, 5728-5743.
- [2] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- [3] Ghozali, H. (2021). *Pelatihan smartpls 3.0 untuk pengujian hipotesis penelitian kuantitatif*. 5(1), 43-50.