



## Analisis Kualitas Pelayanan Mc Donald's Kota Serang

**Kamila Cahya**

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Email: [kamilacahya2002@gmail.com](mailto:kamilacahya2002@gmail.com)

**Okvin Mulia**

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Email: [okvinmulia05@gmail.com](mailto:okvinmulia05@gmail.com)

**Syamsul Hidayat**

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Alamat: Jl. Raya Serang – Jakarta KM. 03 No. 1B. Kota Serang-Banten

Korespondensi penulis: [kamilacahya2002@gmail.com](mailto:kamilacahya2002@gmail.com)

**Abstract.** The increasingly fierce competition in the food business currently causes food companies to always improve the quality of their food and services. McDonald's is a company that operates in the services and products sector that sells fast food. Fast food is in great demand by various groups because of how easy it is to get it. Mc Donald's is a fast food restaurant that is very popular with consumers in various regions. This restaurant serves a variety of ready-to-eat foods that offer various other aspects such as service, price, and so on. This is expected to satisfy consumers. The purpose of this research is to determine the characteristics of consumers who often or have used services at Mc Donald's, to find out consumer satisfaction with the products provided by this Mc Donald's restaurant. Good service quality, affordable prices, attractive promotions and strategic locations are very important in building a franchise. This research aims to understand the quality of service provided by McDonald's restaurants by examining five dimensions of service quality, namely tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy.

**Keywords:** service quality, price, promotion, location, consumer satisfaction

**Abstrak.** Persaingan bisnis makanan yang semakin ketat saat ini mengakibatkan perusahaan makanan untuk selalu meningkatkan kualitas makanan dan layanannya. McDonald's merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dan produk yang menjual makanan cepat saji. Makanan cepat saji banyak diminati berbagai kalangan karna kemudahan untuk mendapatkannya. Mc Donald's merupakan salah satu restoran *fast food* yang sangat diminati konsumen di berbagai daerah. Restoran ini menyajikan berbagai macam makanan siap saji yang menawarkan berbagai aspek – aspek lainnya seperti pelayanan jasa, harga, dan lain sebagainya. Hal ini diharapkan dapat memuaskan bagi para konsumen. Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen yang sering atau pernah menggunakan pelayanan di Mc Donald's, mengetahui kepuasan konsumen terhadap produk yang diberikan oleh restoran Mc Donald's ini. Kualitas pelayanan yang baik, harga yang terjangkau, promosi yang menarik dan lokasi yang strategis sangat penting dalam suatu pembangunan waralaba. penelitian ini bertujuan untuk mrngetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran McDonalds dengan meneliti lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible, reability, responsiveness, assurance* dan *empathy*.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, harga, promosi, lokasi, kepuasa konsumen

Received: Desember 29, 2023; Accepted: Januari 12, 2023; Published: Januari 28, 2024

\*Corresponding author, e-mail address

## LATAR BELAKANG

Mc Donald's memiliki visi menjadi salah satu restoran cepat saji dengan pelayanan terbaik di dunia, selalu menjamin mutu produk-produk nya memberi pelayanan yang memuaskan, menawarkan kebersihan dan keamanan produk pangan serta nilai-nilai tambah lainnya. Salah satu restoran cepat saji yang cukup banyak konsumennya di Indonesia adalah McDonald's yang menawarkan berbagai jenis makanan cepat saji. McDonald's sudah hadir diberbagai negara di dunia dan mampu mengubah gaya hidup masyarakat global, terutama anak muda. Meskipun McDonald's sudah mendunia, namun dari sudut pandang kosumen masih memiliki kekurangan dari segi kualitas jasa yang disampaikan kepada konsumen dan belum sepenuhnya memperhatikan apa yang diinginkan konsumen untuk mendapatkan kepuasan. Keragaman sajian, tempat yang nyaman, bersih, dan pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor yang dapat membuat orang tertarik untuk datang selain faktor utamanya yaitu menu yang di sajikan. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok Perusahaan yang di lakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk mengembangkan dan untuk mencapai tujuan yang hendak di capai oleh Perusahaan. Salah satu aspek yang penting dalam sebuah proses pemasaran adalah bauran pemasaran, karena dengan bauran pemasaran ini, Perusahaan dapat menentukan pasar sasaran serta posisi produk yang di inginkan dalam benak konsumen, Perusahaan terlebih dahulu harus mendesain program agar produk dapat memperoleh responan baik dari pasar sasaran tersebut.

Mc Donald's merupakan salah satu bisnis waralaba yang sukses di Indonesia yang 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. Kepuasan terhadap layanan "Drive Thru" dapat dilihat dari kualitas layanan yang di berikan oleh Mc Donald's itu sendiri kualitas layanan suatu Perusahaan haruslah terus dipertahankan dan ditingkatkan karena pelanggan mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang konsumen harapkan sehingga pelanggan akan puas terhadap Perusahaan jasa tersebut.

## KAJIAN TEORITIS

"*drive thru*" adalah suatu bisnis atau restoran yang melayani konsumen yang masih berada dalam kendaraan konsumen. Pesanan dipesan dan layanan diberikan melalui jendela khusus, sementara konsumen tetap berada dalam kendaraan konsumen. Format layanan seperti ini pertama kali di pelopori di US pada tahun 1940 dan telah tersebar luas. Layanan *Drive through* Menurut Soekresno (2000) "*Drive Thru*" adalah suatu bisnis atau restoran yang melayani konsumen yang masih berada di dalam kendaraan konsumen.

## TUJUAN DRIVE THRU

Tujuan dari layanan *drive thru* sendiri adalah untuk memudahkan konsumen yang ingin mendapatkan produknya dengan cepat namun enggan turun dari kendaraan. Keuntungan dari penggunaan *drive thru* bagi konsumen ialah : konsumen akan mendapatkan makanan yang fresh dengan cepat dan mudah tanpa turun dari kendaraan. Keuntungan *drive thru* bagi pemilik usaha ialah, perusahaan dapat menjual lebih banyak produk kepada konsumen dengan waktu yang lebih sedikit dan perusahaan dapat mengurangi jumlah kursi untuk layanan makan ditempat (*Counter Service*) (Nurtopo, 2007).

## KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN KONSUMEN Mc Donald's

### A. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (dalam Wijaya, 2017) kualitas pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Selain itu, menurut Edgar dan Galia (dalam Novianti., et,al, 2018) kualitas pelayanan merupakan penilaian yang diberikan pelanggan mengenai apakah pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Kotler (dalam Dewa, 2018) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

#### 1) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Faktor ini meliputi penampilan fisik dan kelengkapan indikator. Dalam artian kualitas pelayanan tersebut dapat dilihat dan dirasakan oleh para konsumen. Hal ini meliputi komunikasi, fasilitas, dan lainnya. Bukti fisik meliputi :

- a) Protokol kesehatan dijalankan dengan baik oleh perusahaan
- b) Penyediaan fasilitas yang baik oleh Perusahaan

#### 2) Kecepatan Pelayanan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan khususnya ketika dibutuhkan dan dapat dilakukan dengan tepat waktu. Memberikan pelayanan yang tidak sesuai akan membuat citra yang buruk bagi perusahaan dan akan sangat merugikan. Kecepatan pelayanan meliputi :

- a) Kecepatan dalam melayani
- b) Keterampilan karyawan dalam memberikan pelayanan

#### 3) Pelayanan yang Responsif (*Responsiveness*)

Yaitu respon atau kesigapan dari pelayan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Hal ini juga termasuk keinginan pelayan untuk membantu konsumen. Pelayanan yang responsif meliputi :

- a) Sikap tanggap pelayan dalam memberikan pelayanan

b) Cara pelayan menanggapi keluhan konsumen

#### **4) Asuransi (*Assurance*)**

Meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pelayan dalam melayani konsumen. Assurance juga meliputi kepastian dan tanggung jawab yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen mereka. Sikap yang ramah dan sopan akan memberikan kenyamanan bagi konsumen sehingga akan meningkatkan kepercayaan terhadap produk dan perusahaan. Asuransi meliputi :

a) Cara pelayan berkomunikasi dengan konsumen

b) Keramahan pelayan kepada konsumen

#### **5) Rasa Empati (*Emphaty*)**

Emphaty merupakan upaya yang dilakukan pelayan untuk mengetahui dan memenuhi keinginan konsumen. Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan. Hal ini dilakukan agar terciptanya hubungan yang baik dengan konsumen. Rasa empati meliputi :

a) Pelayan memiliki tingkat kepedulian yang baik

b) Inisiatif pelayan dalam memberikan pelayanan

### **B. Kualitas Produk**

Menurut Kotler (dalam Maulidah., et.al, 2019) kualitas produk merupakan ciri dan sifat suatu produk atau pelayanan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau secara tersirat. Menurut Assauri (dalam Zahara., et.al, 2021) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk atau merek tertentu guna melaksanakan fungsi sebagaimana yang diharapkan dan sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Adapun dimensi/indikator dari kualitas produk menurut Tjiptono dalam Pratama dan Santoso (2018) adalah :

#### **1) Kehandalan (*Reliability*)**

Yaitu kemampuan perusahaan untuk meminimalisir kerusakan pada produk atau produk yang

gagal pakai. Kehandalan (reliability) meliputi hal sebagai berikut :

a) Rasa makanan sesuai dengan harapan konsumen

b) Menu-menu yang dijual dapat bersaing dengan restoran lain

#### **2) Estetik (*Aesthetic*)**

Yaitu ciri fisik yang terdapat pada sebuah produk atau jasa yang ditawarkan. Estetik (*aesthetic*) meliputi hal sebagai berikut :

a) Baik atau tidaknya tampilan dari makanan

b) Baik atau tidaknya cara makanan disajikan

### **3) Daya Tahan (*Durability*)**

Yaitu pengukuran sejauh mana produk tersebut memiliki ketahanan setelah dikonsumsi. Daya

tahan (*durability*) meliputi hal sebagai berikut:

- a) Menu yang disajikan dapat bertahan lama
- b) Cita rasa makanan masih sama setelah beberapa jam

### **4) Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specifications*)**

Yaitu pengukuran sejauh mana produk tersebut memiliki ketahanan setelah dikonsumsi.

Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) meliputi hal sebagai berikut :

- a) Menu disajikan sesuai dengan gambaran iklan
- b) Sempurna atau tidaknya menu yang disajikan

## **C. Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono (dalam Apriyani dan Sunarti, 2017) kepuasan konsumen merupakan situasi dimana konsumen menyadari bahwa keinginan dan kebutuhannya terpenuhi secara baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Sementara menurut Engel et.al (dalam Kurniawati et.al, 2019) kepuasan konsumen merupakan evaluasi pasca pembelian yang mana memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan. Dalam Situmeang (2017) terdapat tiga dimensi dari kepuasan konsumen, antara lain:

### **1) Kesesuaian harapan**

Kesesuaian harapan merupakan hal yang penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Semakin bagus kualitas dari aspek-aspek seperti produk maupun pelayanan, akan meningkatkan rasa puas pada diri konsumen. Kesesuaian harapan meliputi :

- a) Produk yang disajikan sesuai dengan ekspektasi konsumen
- b) Rasa nyaman saat berkunjung ke restoran di masa pandemi

### **2) Minat berkunjung kembali**

Minat berkunjung kembali merupakan perasaan tertarik konsumen untuk membeli produk dan berkunjung. Minat berkunjung kembali meliputi :

- a) Minat berkunjung kembali karena produk yang disajikan sesuai ekspektasi
- b) Minat berkunjung kembali karena rasa nyaman saat berkunjung ke restoran di masa pandemi

### **3) Kesiediaan merekomendasi**

Kesiediaan merekomendasi merupakan tindakan konsumen yang berkenaan untuk memberikan rekomendasi kepada teman atau sanak keluarga mengenai produk yang mereka rasakan dan juga kenyamanan dari restoran tersebut. Kesiediaan merekomendasi meliputi :

- a) Kesiediaan merekomendasi karena produk yang disajikan sesuai ekspektasi
- b) Kesiediaan merekomendasi karena rasa nyaman saat berkunjung ke restoran di masa pandemi

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini berfokus pada variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen, Adapun metode dari penelitian ini dengan menggunakan metode survey yaitu suatu metode pengumpulan data yang menggunakan instrument kuesioner untuk mendapatkan tanggapan dari responden yang menjadikan sampel penelitian. Dalam penelitian ini data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket yang sudah disediakan kepada seluruh responden untuk di isi, kemudian responden mengisi jawaban pertanyaan dalam angket, serta mengumpulkan kembali angket yang telah diisi.

## **SAMPEL DAN POPULASI**

Menurut Sugiyono (2019:126), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek, subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2019:127), Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non-probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kriteria sampel penelitian yaitu {1} Mahasiswa Universitas Bina Bangsa, {2} Mahasiswa konsumen Mc Donald's. Sampel tidak dapat dianalisis jika kurang dari 50 orang, sampel harus berjumlah minimal 100 orang atau lebih. Didapatkan 108 orang melalui penyebaran kuesioner dalam kurun 10 hari.

## **TEKNIS ANALISIS DATA**

Metode dalam analisa Data penelitian ini menggunakan angket kuesioner yang diwadahi oleh web Google Form secara online yang disebarkan kepada orang-orang. Hasil dari data yang didapat akan di analisis dengan tujuan untuk mengetahui besar pengaruh dari setiap variabel yang terdapat dalam penelitian ini sesuai data demografi responden pada kuisisioner yang telah ditentukan.

## **INSTRUMEN RISET**

### **KUESIONER PENELITIAN**

#### **I. Identitas Responden**

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan

## II. Petunjuk Pengisian

1. Mohon memberi tanda ceklis pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling sesuai dan mohon mengisi bagian yang membutuhkan jawaban tertulis.
2. Setelah mengisi kuesioner ini mohon Bapak/Ibu dapat memberikan kembali kepada yang menyerahkan kuesioner.
3. Keterangan Alternatif jawaban:
  - SS : Sangat Setuju (5)
  - S : Setuju (4)
  - N : Netral (3)
  - TS : Tidak Setuju (2)
  - STS : Sangat Tidak Setuju (1)

## III. Pertanyaan

NO	PERTANYAAN	S	SS	N	TS	STS
1	Karyawan Mc Donald's bersikap sopan, ramah Ketika melayani konsumen					
2	Mc Donald's salah satu restoran cepat saji					
3	Kasir memiliki perhitungan harga yang cepat pada Mc Donald's					
4	Kecepatan pelayan dalam memberikan produk yang di pesan					
5	Tidak dapat antrian Panjang saat pemesanan dilakukan					
6	Saya percaya Mc Donald's selalu menawarkan produk yang berkualitas dan bermutu tinggi					
7	Dengan adanya lebel halal saya merasa bahan-bahan produk yang digunakan Mc Donal's sangat bermanfaat untuk Kesehatan					
8	Produk-produk yang ditawarkan Mc Donald's sangat bervariasi atau bervariasi					
9	Mc Donald's mengutamakan layanan kepada para pelanggannya					
10	Restoran Mc Donald's yang mudah di jangkau					

## HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertanyaan1	194,40	54862,300	,974	,983
Pertanyaan2	194,40	53818,300	,989	,983
Pertanyaan3	194,40	54280,300	,997	,982
Pertanyaan4	194,40	57269,800	,943	,984
Pertanyaan5	194,40	62749,300	,509	,995
Pertanyaan6	194,40	56190,300	,996	,983
Pertanyaan7	194,40	57102,300	,996	,983
Pertanyaan8	194,40	52859,300	,938	,985
Pertanyaan9	194,40	54050,300	,988	,983
Pertanyaan10	194,40	54471,300	,990	,982

R TABEL = 0.1891

H=RH>RT=VALID

Dari output SPSS 26 untuk uji valid data Dengan jumlah sampel sebanyak 108 dengan df sebesar 116 di dapatkan dari  $N-2:108-2=106$ . Didapatkan nilai r tabel seperti di atas dari nilai r untuk uji valid tersebut nilainya lebih besar dari r tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,986	10

CA>0,6 RELIABEL

Dari output SPSS versi 26 didapatkan rombak Cronbach's alpha (CA) nilai koef.alpha sebesar 0,986 dimana nilai tersebut berdasarkan tabel guilfo berada pada jarak 0,80 sampai 1,00 dengan kategori Reabilitas Sangat Tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan kuesioner atau angket dinyatakan reabel.

a. Hasil

Berdasarkan jumlah responden 108 orang dengan menyebarkan kuesioner berupa beberapa pernyataan-pernyataan terkait kepuasan layanan di Mc Donald's. Berikut adalah hasil jawaban para responden yang telah kami rangkum dalam bentuk tabel :

No	Responden	Setuju	Sangat Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Skor	Nilai
1	Pertanyaan 1	71	19	14	1	3	108	64,28571429
2	Pertanyaan 2	75	9	18	3	3	108	64,28571429

3	Pertanyaan 3	72	13	20	0	3	108	64,28571429
4	Pertanyaan 4	57	10	36	2	3	108	64,28571429
5	Pertanyaan 5	34	7	54	8	5	108	64,28571429
6	Pertanyaan 6	63	15	26	1	3	108	64,28571429
7	Pertanyaan 7	60	14	26	5	3	108	64,28571429
8	Pertanyaan 8	82	15	5	3	3	108	64,28571429
9	Pertanyaan 9	74	14	16	1	3	108	64,28571429
10	Pertanyaan 10	72	15	17	1	3	108	64,28571429
<b>RATA-RATA</b>							-108	-
<b>MIN</b>							108	64,28571429
<b>MAX</b>							108	64,28571429
<b>STD</b>							0	1,49796E-14
<b>VAR</b>							0,00	0,00
<b>MODUS</b>							108,00	64,28571429
<b>MEDIAN</b>							108,00	64,28571429

Hasil uji di atas ialah menggunakan ms.excel, dimana hasil rata-rata yang diperoleh ialah sebesar -64,2. Dengan semua nilai yang sama.

#### b. Pembahasan

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengadakan survei dalam penyebaran kuesioner, sampel dari pelanggan yang berkunjung di Restoran McDonalds dengan jumlah 108 orang yang seluruh respondennya berasal dari Indonesia yang rata-rata berumur 20 sampai 30 tahun dengan jumlah kunjungan rata-rata lebih dari dua kali berkunjung. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei, dalam metode survei ini untuk mengumpulkan informasi dari kelompok yang mewakili sebuah populasi yaitu besarnya jumlah responden dan menggunakan kuesioner. Hasil analisis menunjukkan bahwa memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas kepuasan konsumen.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Walaupun telah banyak literatur yang menjelaskan mengenai kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen, namun tidak banyak studi yang menekankan terhadap technical dan functional quality dari suatu layanan jasa –dalam hal ini restoran cepat saji– yang diberikan penyedia layanan jasa terhadap kepuasan konsumen. Maka, penelitian ini mencoba menekankan technical quality dan functional quality suatu restoran cepat saji dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen. Dalam menghadapi industri makanan cepat

saji yang kompetitif di Indonesia, McDonald's memiliki banyak kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk mempertahankan posisinya di pasar. Namun, mereka juga harus mampu mengatasi berbagai kelemahan dan menghadapi tantangan yang ada, serta mengambil peluang yang ada untuk pertumbuhan bisnis mereka. Penelitian ini pun mengemukakan bahwa tidak ada perbedaan gender saat memberikan layanan kepada konsumen dalam tujuannya untuk mencapai kepuasan konsumen. Sehingga, baik functional quality maupun technical quality yang diberikan kepada konsumen tidak dipengaruhi oleh perbedaan gender dari penyedia layanan jasa.

## **SARAN**

Usaha untuk meningkatkan kualitas teknik pada perusahaan makanan cepat saji (McDonald's) dapat dilakukan dengan peningkatan pengetahuan pegawai terhadap sistem komputerisasi, penggunaan mesin produksi, penggunaan mesin pembayaran modern, maupun peningkatan dalam menentukan solusi pada masalah teknik yang dihadapi. Peningkatan kualitas fungsional dengan cara menentukan akses menuju lokasi McDonald's dengan tepat, menunjukkan perilaku yang menghormati konsumen, bersikap ramah, pemberian layanan yang cepat tepat dengan penampilan yang nyaman dipandang konsumen perlu dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen McDonald's. Ditemukan tidak adanya perbedaan atau adanya kesamaan antara konsumen laki-laki dan perempuan juga menjadi nilai positif bagi McDonald's dalam memperbaiki dan meningkatkan kepuasan konsumen lebih cepat. Usaha untuk meningkatkan kualitas teknik pada perusahaan makanan cepat saji McDonald's dapat dilakukan dengan peningkatan pengetahuan pegawai terhadap sistem komputerisasi, penggunaan mesin produksi, penggunaan mesin pembayaran modern, maupun peningkatan dalam menentukan solusi pada masalah teknik yang dihadapi. Peningkatan kualitas fungsional dengan cara menentukan akses menuju lokasi McDonald's dengan tepat, menunjukkan perilaku yang menghormati konsumen, bersikap ramah, pemberian layanan yang cepat tepat dengan penampilan yang nyaman dipandang konsumen perlu dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen McDonald's. Ditemukan tidak adanya perbedaan atau adanya kesamaan antara konsumen laki-laki dan Perempuan juga menjadi nilai positif bagi McDonald's dalam memperbaiki dan meningkatkan kepuasan konsumen lebih cepat. Dalam usaha perbaikan kepuasan konsumen McDonald's diharapkan dapat mempertahankan kualitas layanan yang telah berjalan dengan baik. Terutama mengenai kualitas teknik pada pengetahuan sistem komputerisasi dan fungsional pada perilaku ketika melayani konsumen. Sehingga keseluruhan dapat terintegrasi yang menciptakan kepuasan kearah positif antara pihak konsumen dan pihak McDonald's.

## DAFTAR REFERENSI

- Irine Veronika Meylani, Shella Prasetyo, Dina Kamila, Dewi Purnamasari. (2017). Analisa Kualitas Layanan Pada Restoran Cepat Saji Mc Donald's Dago. Politeknik Negeri Bandung.
- Rut Dea Monica, dan Udisubakti Ciptomulyono. (2021). Peningkatan Kualitas Pelayanan Aplikasi Mc Donald's Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Quality Function Deployment. Departemen Teknik Sistem dan Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).
- Giofany Rondonuwu. (2014). Tingkat Kepuasan Konsumen Di Restoran Mc Donald's Manado.
- Biomo Figo Andito, Yuliniar, Diana Triwardhani. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Mc Donald's Tebet Jakarta Selatan.
- Juliana, A melda Pramezwarly, Sheily Triratnasari Tanzil, Vera Angelina dan Wisnuadji Wibowo Wahyuhadi Putro. (2021). Analisis Kualitas Layanan Dan Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Mc Donald's Selama Covid-19.
- Putu Mika Maradiana. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Pelayanan "Drive Thru" Menurut Para Konsumen Di Restoran Mc Donald's Nangka Gatsu Barat Denpasar.
- Erika Rahmawati, Dewi Andri Yaningsih, Yovanka Rimamillennia. Evaluasi Produk dan Pelayanan di Mc Donald's Menggunakan Service Quality. Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya.
- Iksan Ongko Widjoyo, Leonid Julivan Rumambi, dan YohanesSondang Kunto. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya. Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra.
- Inang Sriwanti Soge Groda. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran McDonald's Cijantung. Universitas Gunadarma, Jakarta, Indonesia.
- Fitri Indah Lestari, Zulfitri. (2022). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Digital Marketing terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's di masa pandemi covid 19. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.