

## INTISARI

Semakin banyaknya jumlah restoran cepat saji yang bermunculan di Surabaya, menuntut para pemilik restoran memikirkan kiat-kiat untuk dapat merebut hati pelanggan dan untuk bertahan dalam menghadapi persaingan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu respon yang diberikan oleh konsumen terhadap barang atau jasa yang telah dibelinya. Faktor yang dapat mengindikasikan pelanggan merasa puas adalah melalui layanan yang diberikan dan langsung dirasakan oleh pelanggannya.

Hasil sigi awal ada indikasi kualitas layanan McDonalds Basuki Rahmat mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan. Permasalahan ini dipilih untuk diteliti dengan alasan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan merupakan faktor penting karena bila kualitas layanan mempunyai pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan, maka akan memperkecil kemungkinan pelanggan untuk beralih ke restoran pesaing yang lain.

Permasalahan dititik beratkan pada usaha untuk meneliti pengaruh kualitas layanan McDonalds Basuki Rahmat terhadap kepuasan pelanggan McDonalds Basuki Rahmat di Surabaya. Pengukuran kualitas layanan ditinjau dari 5 dimensi kualitas layanan, yaitu : *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* sedangkan kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan atribut-atribut pembentuk kepuasan pelanggan. Atribut-atribut kepuasan pelanggan tersebut dibagi menjadi 3 kategori: *attributes related to the product*, *attributes related to the service*, dan *attributes related to the purchase*.

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis kerja yang mengatakan bahwa diduga terdapat pengaruh kualitas layanan McDonald Basuki Rahmat terhadap kepuasan pelanggan di Surabaya dapat diterima. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai koefisien determinasi sebesar 80,5% yang menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 80,5%, sedangkan sisanya sebesar 19,5% dijelaskan oleh faktor – faktor lain.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan,

## ABSTRACT

There are more fast food restaurant showing up in Surabaya, that demanded restaurant owners to think about tricks and tips to get into customer's hearts and to survive in competition. Customer satisfaction is a response given by consumer for products or services he or she bought. Factor indicated the satisfaction is through the service experienced and felt by the customers.

Presurvey shown there are service quality in McDonalds Basuki Rahmat and its connected with customer satisfaction. This problems is chosen to a research because the satisfaction felt by customer is important factor because if service quality impact customer satisfaction, than it will decrease the possibility of customer switching.

The problem is weighted more on the effort to research service quality effect on customer satisfaction of McDonalds Basuki Rahmad. Service quality measure from 5 dimintions: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* and *empathy*. While customer satisfaction measured from 3 attributes: *attributes related to the product, attributes related to the service, and attributes related to the purchase*.

Based on research result, work hypothesis said that service quality have effect on customer satisfaction. This is proven by coefficients determination by 80,5% which shown that service quality can explain customer satisfaction by 80,5%, while the rest, 19,5% is explained by other factors.

Keywords: service quality, customer satisfaction, *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, attributes related to the product, attributes related to the service, dan attributes related to the purchase*.