

Peran Penting Kualitas Pelayanan Bagi McDonald's Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Wiltasar Daniel Christover Silaban^{1*}, Muhammad Hafiy Prayitno², Husein Mizar Pratama³

^{1,2,3}Fakultas Humaniora dan Bisnis Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Email : ^{1*}wiltasar.danielchristover@student.upi.ac.id, ²muhhammad.hafiyprayitno@student.upi.ac.id,

³husein.mizarpratama@student.upi.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengobservasi dan mengetahui peran penting kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya menciptakan kepuasan konsumen merupakan tujuan bisnis yang dapat dilakukan dengan cara mempertahankan konsumen untuk memperoleh keuntungan. Salah satu restoran yang akan diteliti adalah McDonald's. McDonald's merupakan salah satu franchise fast food terbesar di dunia, di mana pelayanan yang cepat dan praktis membuat McDonald's banyak digemari masyarakat.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, McDonald's

Abstract - This study aims to observe and determine the important role of service quality in increasing customer satisfaction. Basically, creating customer satisfaction is a business goal that can be done by retaining customers to gain profit. One of the restaurants that will be studied is McDonald's. McDonald's is one of the largest fast food franchises in the world, where fast and practical service makes McDonald's popular with the public.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, McDonald's

1. PENDAHULUAN

Hal utama perusahaan yang harus diperhatikan untuk selalu dapat bertahan menguasai pangsa pasarnya dan bersaing dengan kompetitornya yaitu mengenai kepuasan pelanggan. Untuk mendapatkan Kepuasan pelanggan perusahaan perlu mengidentifikasi dan menganalisis apa saja yang dianggap penting bagi kebutuhan konsumen, supaya dapat memenuhi keinginan dan harapannya. Oleh karena itu baik sektor makanan, jasa dan lain sebagainya, salah satu yang harus diperhatikan adalah kualitas pelayanannya (Bernik, 2019). Kualitas layanan sangat berdampak pada kinerja bisnis, karena mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan aset penting dalam pengembangan reputasi perusahaan (Juanamasta, 2019). Pelanggan tidak hanya memperhatikan proses pelayanan yang diberikan, tapi juga menilai hingga menevaluasinya. Hasil dari penilaian dan evaluasi tersebut menghasilkan perasaan puas atau tidak puasnya pelanggan. Artinya apabila kepuasan konsumen tercapai mutu pelayanan yang diberikan memenuhi keinginan dan harapan konsumen, sehingga menyebabkan kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian ulang atau loyal terhadap perusahaan tersebut (Cucu Sumartini & Fajriany Ardining Tias, 2019).

McDonald's salah satu contoh sektor fast food restoran terbesar di dunia yang sudah memiliki ribuan cabang di seluruh dunia. Di Indonesia, cabang McDonald's sudah lebih dari 200 gerai di kota berbagai kota besar. Keunggulan utama produk McDonald's terdapat makanan dan minumannya, seperti burger, kentang goreng, ice cream, dan lain sebagainya. Tidak hanya produk, pelayanan yang diberikan dapat dikatakan cepat dan praktis seperti contohnya DriveTrue, Dine-in, take away, maupun McDeliver. Karena McDonald's di Indonesia sudah meliki ratusan cabang, kualitas pelayannya harus selalu diperhatikan untuk dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai adalah untuk Menganalisis Peran Penting Kualitas Pelayanan bagi McDonald's dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas layanan

Menurut Mauludin (2010:67) kualitas layanan adalah perbandingan perbedaan antara kualitas yang diterima dengan kualitas harapannya pelanggan (Liliani, 2020). Berarti apabila layanan yang



diterima memiliki nilai lebih tinggi dari pada layanan yang diharapkan, maka keinginan pelanggan akan bertambah (Cordero, 2022). Kualitas pelayanan dapat diukur nama TERRA yaitu Tjiptono (2018) yaitu

1. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang secara akurat tanpa membuat kesalahan.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu kemampuan karyawan memberikan pelayanan dengan cepat tanggap dan membantu permasalahan konsumen dalam transaksi.
3. Jaminan (*Assurance*) yaitu perilaku para karyawan dalam pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan kepercayaan yang mampu menciptakan rasa aman bagi para pelanggan.
4. Perhatian (*Empathy*) yaitu Karyawan memberikan sikap perhatian yang tulus kepada pelanggan, berusaha memahami masalah yang dihadapi oleh pelanggan, mengerti kebutuhan pelanggan, dan bertindak demi kepentingan pelanggan.
5. Bukti fisik (*Tangibles*) adalah penampilan dari sarana prasarana, karyawan dan fasilitas fisik lainnya. Tangible adalah bukti konkret dari kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan sisi terbaik kepada pelanggan. (Bernik, 2019)

2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tujuan penting bagi semua bisnis, Kuo (2018) menyatakan pelanggan yang puas akan menjadi klien untuk pertumbuhan perusahaan (Torlak, 2019). Kepuasan pelanggan dapat berdampak positif dalam mempertahankan pelanggan lama dan memperoleh pelanggan baru dari hasil rekomendasi pelanggan melalui ulasan mulut ke mulut atau online, serta dapat meningkatkan keuntungan pendapatan perusahaan (Le et al., 2024). Menurut Han dan Hyun (2018) bahwa kepuasan pelanggan berkaitan dengan tingkat kesenangan pelanggan dalam pemenuhan keinginan dan kebutuhannya dari pengalaman yang diterima mereka (Abror et al., 2019). Kepuasan pelanggan dorongan dari berbagai faktor kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dalam mendapatkan produk dan jasa.

Situmeang (2017) terdapat tiga dimensi dari kepuasan konsumen, antara lain:

1. Kesesuaian harapan pelanggan seperti Produk yang disajikan sesuai dengan ekspektasi konsumen dan Rasa nyaman saat berkunjung ke restoran.
2. Minat berkunjung kembali atau ketertarikan konsumen berkunjung kembali ke restoran tersebut.
3. Kesiediaan merekomendasi kepada teman atau sanak keluarga mengenai produk dan pelayanan yang mereka rasakan. (Lestari, 2022).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penyusunan makalah ini menggunakan metode studi kepustakaan. Sumber data yang dikumpulkan menggunakan metode pengumpulan data melalui penelaahan jurnal, e-book dan beragam berita yang dijumpai dalam media internet. Data yang dianggap paling relevan dengan tema akan dijadikan bahan untuk penulisan dan interpretasi acuan dalam referensi penulisan makalah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

McDonald's salah satu restoran fast food terbesar di dunia yang berlokasi di California, Amerika Serikat. Produk unggulan makanan dan minuman McDonald's seperti burger, kentang goreng, dan minuman ringan milkshake menjadi daya tarik untuk pelanggan datang ke restoran ini. Awal masuknya McDonald's ke Indonesia pada tahun 1991, waktu itu McDonald's membuka restoran pertamanya di Sarinah Thamrin, Jakarta Pusat. McDonald's salah satu restoran cepat saji favorit masyarakat Indonesia. McDonald's mempunyai visi "menjadi restoran cepat saji dengan pelayanan terbaik di dunia", untuk itu McDonald's selalu menjamin kualitas pelayanannya yang terbaik dan



memuaskan. Senyum konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, menjadi hal terpenting dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di McDonald's. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kesan konsumen. Jika pelayanan yang diberikan memiliki kualitas yang baik maka pelanggan akan memberikan kesan yang baik untuk menciptakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan dan begitupun sebaliknya. kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan akan membuat membuat para pelanggan McDonald's merasa puas dalam menyantap hidangan yang disajikan. Kualitas pelayanan McDonald's bisa dilihat dari keramahan, kecepatan pelayanan, kepedulian, kebersihan, keandalan dan daya tanggap. Mcdonald's selalu menghadirkan pelayanan dengan sistem operasional yang unggul kepada setiap pelanggan di seluruh cabang, mereka terus melakukan perkembangan atau inovasi kearah teknologi yang menguntungkan sebagai sebuah brand seperti pada Self Ordering Kiosk yang disediakan untuk pemesan makanan di toko fisiknya.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan McDonald's. Banyak artikel penelitian yang memberikan pemaparan kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. McDonald's dapat dijadikan contoh dalam peran penting kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan melakukan berbagai inovasi layanan akan berdampak terhadap konsumen itu sendiri.

REFERENCES

- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, Y., & Dastgir, S. (2019). Service quality, religiosity, customer satisfaction, customer engagement and Islamic bank's customer loyalty. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1691–1705. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0044>
- Bernik, M. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Gold's Gym Bandung. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 12(3), 220. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v12i3.13483>
- Cordero, J., Barba-Guaman, L., & Guaman, F. (2022). Use of chatbots for customer service in MSMEs. *Applied Computing and Informatics*. <https://doi.org/10.1108/ACI-06-2022-0148>
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KEDAI KOPI KALA SENJA. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Juanamasta, I. G., Setiawati, A. P., Susetyorini, S., Elan, U., Rusdiyanto, R., Astanto, D., Ulum, B., Khadijah, N., Trimarjono, A., Syafii, M., Mubarroq, A., Kristiningsih, K., Pratiwi, R. D., Muharlisiani, L. T., & Umanailo, M. C. B. (2019). *The Role Of Customer Service Through Customer Relationship Management (CRM) To Increase Customer Loyalty And Good Image*. 8(10).
- Le, H.-S., Do, T.-V. H., Nguyen, M. H., Tran, H.-A., Pham, T.-T. T., Nguyen, N. T., & Nguyen, V.-H. (2024). Predictive model for customer satisfaction analytics in E-commerce sector using machine learning and deep learning. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2), 100295. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2024.100295>
- Lestari, F. I. (2022). *ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD'S DI MASA PANDEMI COVID-19*. 2.
- 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. <https://doi.org/10.52859/jbm.v8i2.85>
- Torlak, N. G., Demir, A., & Budur, T. (2019). Impact of operations management strategies on customer satisfaction and behavioral intentions at café-restaurants. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(9), 1903–1924. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2019-0001>