

## FASILITAS, *SERVICESCAPE*, DAN KUALITAS PELAYANAN, PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD'S MANADO

Oleh:  
**Faris L. Lumentut<sup>1</sup>**  
**Indrie D. Palandeng<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

email: <sup>1</sup>[farislumentut100612166@yahoo.co.id](mailto:farislumentut100612166@yahoo.co.id)  
<sup>2</sup>[indriedebbie76@gmail.com](mailto:indriedebbie76@gmail.com)

### ABSTRAK

Mc Donald's adalah salah satu restoran cepat saji yang ada di Manado dimana manajemen berupaya memperhatikan fasilitas, *servicescape*, dan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan pendapatan yang besar, sangat memungkinkan Mc Donald's untuk mengembangkan fasilitas, *servicescape*, dan kualitas pelayanan dengan menambah area bermain anak dan *wi-fi* bagi kepuasan konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh fasilitas, *servicescape* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Populasi penelitian ini adalah para konsumen yang sedang makan di Mc Donald's Manado dan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah uji asosiatif melalui pembuktian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial fasilitas, *servicescape*, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pihak manajemen Mc Donald's Manado sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena sesuai dengan hasil penelitian variabel ini sangat lemah pengaruhnya.

**Kata kunci:** *fasilitas, servicescape, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.*

### ABSTRACT

*Mc Donald's is one of the fast food restaurants in Manado where management seeks to pay attention to the facility, servicescape, and quality of service to enhance customer satisfaction. With a large income, it is possible Mc Donald's to develop the facility, servicescape, and quality of care by increasing the children's play area and wi-fi for customers satisfaction. This study aimed to examine the effect of the facility, servicescape and service quality to customer satisfaction. The population of this research is that consumers are eating at Mc Donald's Manado and samples used as many as 100 people using accidental sampling method. The analysis techniques used are associative by proving a hypothesis test. The results showed that simultaneous and partial facilities, servicescape and service quality and a significant positive effect on customer satisfaction. Mc Donald's management Manado should improve the quality of services provided to consumers, because according to the research results of this variable is very weak influence.*

**Keywords:** *facilities, servicescape, service quality, customer satisfaction.*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Industri makanan cepat saji merupakan industri makanan yang sangat digemari oleh masyarakat, khususnya masyarakat perkotaan. Sedikitnya waktu seseorang untuk membuat sendiri masakan untuk dirinya sendiri membuat seseorang ingin sesuatu yang bisa dinikmati dengan cepat. Maka untuk itu kebanyakan orang memilih untuk pergi ke restoran cepat saji. Restoran Cepat saji sudah banyak berkembang diberbagai daerah di Indonesia, salah satunya di Manado. Salah satu Restoran yang melebarkan sayapnya di Manado Adalah Mc.Donald. Mc.Donald's Corporation adalah serangkaian rumah makanan cepat saji terbesar didunia. Hidangan utama di restoran Mc Donald adalah Hamburger, namun mereka juga menyajikan minuman ringan, kentang goreng, filet ayam dan hidangan local yang disesuaikan dengan tempat restoran berada.

Restoran ini pertama Mc Donald's didirikan pada tahun 1940 oleh dua bersaudara Dick dan Mac Donald namun kemudian dibeli oleh Ray Kroc dan diperluas keseluruh dunia.Sampai saat ini Mc Donald's memiliki 30.000 rumah makan di seluruh dunia. Salah satu cabangnya berdiri di Manado yang merupakan satu-satunya cabang di Manado. Masalah yang dihadapi dari setiap rumah makan adalah masalah kepuasan konsumen. Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Pelanggan yang puas dengan kualitas produk atau jasa yang dibeli dari suatu organisasi menjadi pelanggan yang dapat diandalkan. Oleh karena itu kepuasan pelanggan sangat penting. Beberapa Faktor yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen adalah Fasilitas yang disediakan oleh pihak restoran, Lingkungan fisik dari restoran dan Kualitas Pelayanan yang diberikan.

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh:

1. Fasilitas, *servicescape*, dan kualitas pelayanan secara simultan dan signifikansinya terhadap kepuasan konsumen McDonald's Manado.
2. Fasilitas secara parsial dan signifikansinya terhadap kepuasan konsumen McDonald's Manado.
3. *Servicescape* secara parsial dan signifikansinya terhadap kepuasan konsumen McDonald's Manado.
4. Kualitas pelayanan secara parsial dan signifikansinya terhadap kepuasan konsumen McDonald's Manado.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Landasan Teori

#### Fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan (Tjiptono, 2011:38).

Raharjani (2005) menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Selain itu perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

#### *Servicescape*

Lingkungan fisik (*servicescape*) adalah salah satu unsur yang harus didaya gunakan oleh organisasi sehingga menimbulkan rasa nyaman, tentram, dan dapat meningkatkan hasil kerja yang baik untuk meningkatkan kinerja organisasi tersebut (Sihombing, 2004). *Servicescape* terdiri dari tiga dimensi utama yaitu (Lilani, 2008:29) sebagai berikut:

1. Kondisi *ambient* yaitu suasana non-visual, kondisi latar belakang di lingkungan pelayanan.
2. Pengaturan spasial dan fungsional serta tanda-tanda yaitu cara yang peralatan dan perabotan hotel disusun, dan kemampuan barang-barang untuk memfasilitas kenikmatan konsumen.

3. Simbol-simbol dan artefak yaitu dekorasi yang digunakan untuk berkomunikasi dan meningkatkan citra tertentu atau suasana hati, atau untuk mengarahkan pelanggan untuk tujuan yang diinginkan.

### Kualitas Pelayanan

Kotler (2011:82) memberikan definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Tjiptono,dkk (2011:121) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

### Kepuasan Konsumen

Ardhani (2007:157) menyatakan kepuasan adalah kesan kerja dan harapan. Banyaknya organisasi pelayanan menitik beratkan pada kepuasan konsumen yang tinggi karena hal ini akan mengikat konsumen karena merasa puas akan pelayanan yang didapatnya. Kotler (2011:35) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

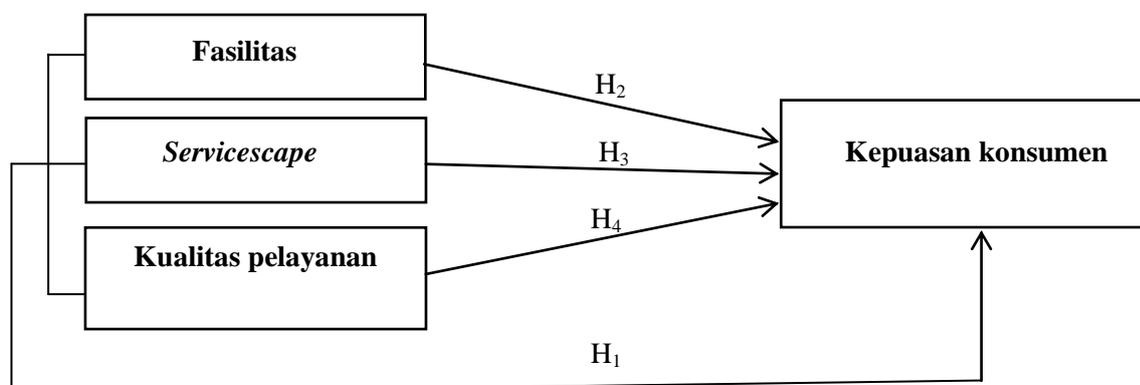
### Penelitian Terdahulu

Mongkaren (2013), tujuan penelitian untuk mengetahui apakah fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Rumah Sakit Advent Manado. Populasi yang digunakan 5.220 pengguna jasa RS Advent, dan sampel diambil 100 responden menggunakan metode purposive sampling. Analisis yang digunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Manoppo (2013), tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen. Metode analisis penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji F dan t. Sampel dalam penelitian berjumlah 70 responden. Hasil penelitian disimpulkan bahwa kualitas layanan dan *servicescape* secara simultan memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan pengunjung Hotel Gran Puri Manado. Manajemen sebaiknya meningkatkan pelayanan dan *servicescape* agar pengunjung hotel secara maksimal merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Putri (2012), tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh *servicescape* dan kemampuan komunikasi interpersonal karyawan terhadap kepuasan konsumen pada wisata eco green park batu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *servicescape* mempunyai pengaruh tidak signifikan. Dan kemampuan komunikasi interpersonal karyawan berpengaruh signifikan.

### Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1. Paradigma Penelitian**

*Sumber: Kajian Teori 2014*

## Hipotesis

Hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H<sub>1</sub> : Fasilitas, *servicescape*, dan kualitas layanan diduga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.  
 H<sub>2</sub> : Fasilitas diduga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.  
 H<sub>3</sub> : *Servicescape* diduga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.  
 H<sub>4</sub> : Kualitas pelayanan diduga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positif, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, tetapi dalam penelitian ini diambil secara mendadak dan langsung. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2010:45).

### Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Mc Donald's Manado. Waktu penelitian dari April – Mei 2014.

### Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data-data penelitian ini adalah:

1. Studi kepustakaan
2. Studi lapangan
3. Penyebaran kuesioner

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi obyek dan benda-benda alam lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut (Sugiyono, 2010:79). Populasi adalah para konsumen Mc Donald's Manado pada bulan Maret 2014 sebanyak 44.661 orang. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu sebesar 100 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel secara tiba-tiba (Jogiyanto, 2012:59).

### Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Fasilitas (X<sub>1</sub>) adalah segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut (Tjiptono, 2011:38). Indikator nya yaitu:
  - a. Perencanaan ruangan
  - b. Tata cahaya dan warna
  - c. Perlengkapan dan peralatan
2. *Servicescape* (X<sub>2</sub>), yaitu Segala sesuatu yang secara fisik hadir disekitar konsumen selama pertemuan transaksi layanan jasa yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan, baik secara internal maupun eksternal (Lovelock, 2011:30). Indikatornya yaitu:
  - a. Kondisi Ambient
  - b. Tata Spasial.
  - c. Tanda Simbol/Artefak.
3. Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Kotler, 2011:85). Indikatornya yaitu:
  - a. Bukti fisik (*Tangible*)
  - b. Empati (*Emphaty*)

- c. Keandalan (*Reliability*)
  - d. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
  - e. Jaminan (*Assurance*)
4. *Kepuasan konsumen (Y)*, yaitu adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapannya (Kotler & Keller, 2009:119). Indikatornya yaitu:
- a. Puas dengan layanan
  - b. Puas dengan produk
  - c. Puas dengan perusahaan
  - d. Puas secara keseluruhan

## Metode Analisis

### Uji Validitas

Uji validitas atau derajat ketepatan mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Yamin & Kurniawan, 2009:23). Cara mengukurnya validitas melalui menghitung harga koefisien korelasi sederhana (*Pearson Correlation*) antara skor masing-masing butir dengan skor total dari butir-butir tersebut sebagai kriterianya.

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas/keandalan (derajat konsistensi) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2009:44). Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* yang dihitung baik berdasarkan varian skor dari setiap butir dan varians total butir ataupun melalui koefisien korelasi produk momen antar skor setiap butir (Mustafa, 2009:45). Jika koefisien reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan angka  $\geq 0,60$ , maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang bersangkutan dinyatakan reliabel.

### Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam proses ini seringkali digunakan statistik. Fungsi pokok statistik adalah untuk menyederhanakan data penelitian, selain itu fungsinya untuk memungkinkan peneliti untuk menguji apakah ada hubungan atau hubungan yang diamati memang betul terjadi atau hanya secara kebetulan (Effendi & Tukiran, 2012:45).

### Analisis Regresi

Analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2009:53). Adapun formula untuk metode Analisis Regresi Berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana:

- $b_0$  = Konstanta
- $\beta_1$  = Koefisien regresi untuk  $X_1$
- $\beta_2$  = Koefisien regresi untuk  $X_2$
- $\beta_3$  = Koefisien regresi untuk  $X_3$
- $\varepsilon$  = Standar error
- $Y$  = Kepuasan Konsumen
- $X_1$  = Fasilitas
- $X_2$  = *Servicescape*
- $X_3$  = Kualitas pelayanan

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Pengujian Validitas

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variable	Pearson Correlation
(X <sub>1</sub> ) Fasilitas	
X1.1	.638
X1.2	.719
X1.3	.700
X1.4	.687
(X <sub>2</sub> ) <i>Servicescape</i>	
X2.1	.867
X2.2	.897
X2.3	.818
(X <sub>3</sub> ) Kualitas Pelayanan	
X3.1	.754
X3.2	.811
X3.3	.859
(Y) Kepuasan Konsumen	
Y.1	.677
Y.2	.886
Y.3	.801

Sumber: Hasil data olahan 2014

Tabel 1 menunjukkan bahwa keseluruhan indikator X dan Y memenuhi uji validitas karena dapat dilihat dari angka *Pearson Correlation* yang  $> 0.3$ .

#### Pengujian Reliabilitas

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variable	Cronbach's Alpha
X <sub>1</sub>	0.623
X <sub>2</sub>	0.823
X <sub>3</sub>	0.734
Y	0.702

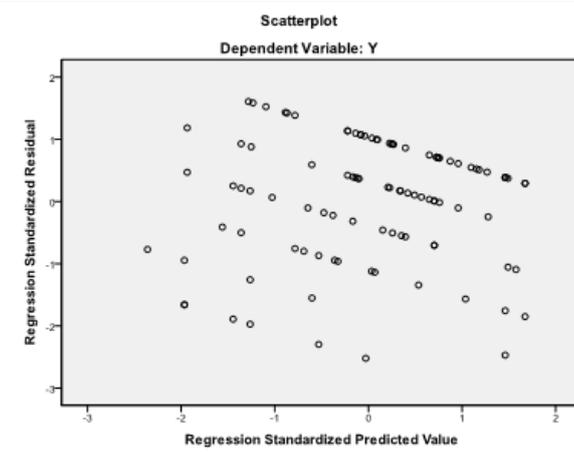
Sumber: Hasil data olahan 2014

Tabel 2 menunjukkan bahwa keseluruhan indikator pertanyaan Fasilitas (X<sub>1</sub>), *Servicescape* (X<sub>2</sub>) dan Kualitas pelayanan (X<sub>3</sub>) serta Kepuasan Konsumen (Y) telah memenuhi uji reliabilitas karena dapat dilihat dari angka *Alpha Cronbach's* yang lebih besar  $> 0.6$ .

#### Hasil Uji Asumsi Klasik

##### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. dasar pengambilan keputusan suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas adalah jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Gambar dibawah akan menjelaskan hasil uji Heteroskedastisitas sebagai berikut :



**Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

*Sumber: Hasil data olahan 2014*

Gambar 2 menunjukkan bahwa tidak ada pola yang terbentuk, dengan kata lain grafik menggambarkan plot menyebar. Ini membuktikan bahwa Model Regresi di atas terbebas dari Heteroskedastisitas.

### Hasil Uji Multikolinearitas

Tujuan dilakukannya uji asumsi multikolinearitas adalah untuk menguji apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi yang baik seharusnya bebas dari masalah multikolinearitas dan tidak terdapat korelasi antar variabel independen.

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

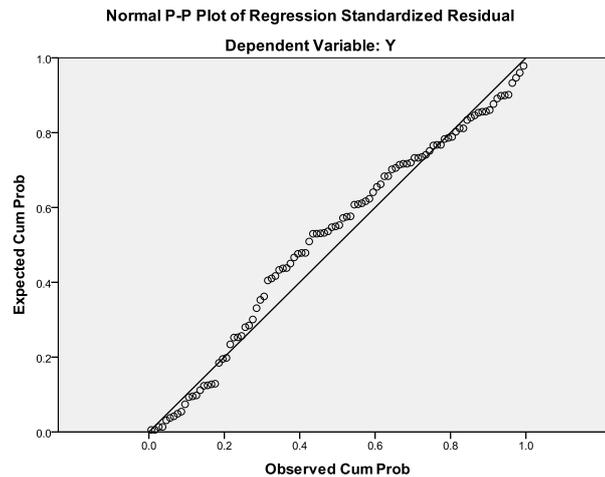
Variable	VIF
$X_1$	1.026
$X_2$	1.025
$X_3$	1.034

*Sumber: Hasil data olahan 2014*

Tabel 3 menunjukkan tidak terjadi hubungan diantara variabel-variabel independen yaitu Fasilitas ( $X_1$ ), *Servicescape* ( $X_2$ ), dan Kualitas pelayanan ( $X_3$ ). Dengan demikian, asumsi multikolinearitas terpenuhi (bebas dari multikolinearitas) karena nilai *tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10 maka model regresi bebas multikolinearitas.

### Hasil Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah apabila distribusi data normal atau mendekati normal, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 3. Hasil Uji Normalitas**  
*Sumber: Hasil data olahan 2014*

Gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hal ini membuktikan bahwa uji asumsi normalitas telah terpenuhi.

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Perhitungan regresi berganda antara Fasilitas ( $X_1$ ), *Servicescape* ( $X_2$ ), dan Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) sebagai variabel bebas dan Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebagai variabel tak bebas, dengan menggunakan bantuan paket program komputer Berdasarkan hasil bantuan software Program SPSS Version 19.0, Dari hasil pengolahan data pada lampiran adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda**

Variable	B
1 (Constant)	1.840
$X_1$	.186
$X_2$	.192
$X_3$	.245

*Sumber: Hasil data olahan 2014*

Tabel 4 menunjukkan hasil analisis regresi berganda dan diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1.840 + 0,186 X_1 + 0,192 X_2 + 0,245 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, dapat menginformasikan bahwa:

- Nilai konstant sebesar 1.840 artinya jika variabel yang diteliti dalam hal ini  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  secara bersama-sama bertambah sebesar satu skala atau satu satuan maka akan meningkatkan variabel dependen  $Y$  sebesar 1.840.
- Nilai Koefisien sebesar 0,186 artinya jika variabel yang diteliti dalam hal ini  $X_1$  bertambah sebesar satu skala atau satu satuan maka akan meningkatkan  $Y$  sebesar 0,186.
- Nilai Koefisien sebesar 0,192 artinya jika variabel yang diteliti dalam hal ini  $X_2$  bertambah sebesar satu skala atau satu satuan maka akan meningkatkan  $Y$  sebesar 0,192.
- Nilai Koefisien sebesar 0,245 artinya jika variabel yang diteliti dalam hal ini  $X_3$  bertambah sebesar satu skala atau satu satuan maka akan meningkatkan  $Y$  sebesar 0,245.

**Hasil Uji Koefisien Korelasi (r)**

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur besarnya Pengaruh Fasilitas ( $X_1$ ), *Servicescape* ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Nilai Koefisien korelasi dapat dilihat dalam Tabel sebagai berikut:

**Tabel 5. Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) dan Korelasi (r)**

R	R Square
.841 <sup>a</sup>	.817

Sumber: Hasil data olahan 2014

Tabel 5 menunjukkan hasil analisis korelasi (r) yaitu sebesar 0,841, hal ini menunjukkan bahwa hubungan pengaruh Fasilitas ( $X_1$ ), *Servicescape* ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) mempunyai hubungan yang kuat. Koefisien determinannya ( $r^2$ ) dalam tabel diatas sebesar 0,817 dapat diartikan bahwa besarnya kontribusi variable Fasilitas ( $X_1$ ), *Servicescape* ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dapat memprediksi atau menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 81.7% sedangkan sisanya sebesar 18.3% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Uji Simultan (Uji F)****Tabel 6. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.272	3	1.424	6.534	.000
	Residual	20.922	96	.218		
	Total	25.194	99			

a. Predictors: (Constant),  $X_3$ ,  $X_2$ ,  $X_1$

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil data olahan 2014

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 6.534 yang signifikan 0,000. Karena sig. > 0,05 maka rumusan hipotesis yang menyatakan bahwa Fasilitas ( $X_1$ ), *Servicescape* ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diterima.

**Uji Parsial (Uji t)****Tabel 7. Hasil Uji t**

Variable	t	Sig.
$X_1$	2.339	.018
$X_2$	2.915	.004
$X_3$	2.893	.005

Sumber: Hasil data olahan 2014

Tabel 7 menunjukkan hasil perhitungan uji t sehingga diperoleh:

- Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel  $X_1 = 2,339$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,042 artinya variabel  $X_1$  secara parsial berpengaruh terhadap Y ini berarti  $H_a$  diterima.
- Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel  $X_2 = 2,915$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,042 artinya variabel  $X_2$  secara parsial berpengaruh terhadap Y ini berarti  $H_a$  diterima.

- c. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel  $X_3 = 2,373$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,042 artinya variabel  $X_3$  secara parsial berpengaruh terhadap  $Y$  ini berarti  $H_a$  diterima.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Fasilitas, *Servicescape*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil pengujian hipotesis ( $H_1$ ), menunjukkan bahwa variabel fasilitas, *servicescape*, dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Manado, dan pengaruhnya adalah positif. Karena jika pelanggan menerima fasilitas dan *servicescape* yang baik dari pihak Mc Donald's Manado tanpa disertai kualitas pelayanan yang baik, maka kepuasan konsumen akan sulit tercapai, begitu juga sebaliknya. Dengan adanya perpaduan antara fasilitas, *servicescape*, dan kualitas pelayanan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil pengujian hipotesis ( $H_2$ ) ditemukan bahwa variabel fasilitas dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Manado, dan pengaruh dari variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen adalah positif. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Mongkaren (2013), dimana dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil pengujian hipotesis ( $H_3$ ) ditemukan bahwa variabel *servicescape* dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Manado, dan pengaruh dari variabel *servicescape* terhadap kepuasan nasabah adalah positif. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yaitu Manoppo (2013), dimana disimpulkan bahwa kualitas layanan dan *servicescape* secara simultan memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan pengunjung Hotel Gran Puri Manado. Manajemen sebaiknya meningkatkan pelayanan dan *servicescape* agar pengunjung hotel secara maksimal merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil pengujian hipotesis ( $H_4$ ) ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Manado, dan pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah positif. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Mongkaren (2013), dimana dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Fasilitas, *servicescape* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Manado
2. Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Manado.
3. *Servicescape* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Manado.
4. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Manado.

## Saran

Saran dari penelitian ini adalah: Peran manajerial pada Mc Donald's Manado harus selalu berusaha fokus terhadap kepuasan pelanggan yang sangat berperan dalam kelangsungan usaha Mc Donald's sendiri. Berdasarkan hasil penelitian ini, pihak manajerial Mc Donald's Manado harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan karena berpengaruh sangat lemah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardhani, A. P. 2007. Pengaruh Switching Cost Sebagai Pemoderasi Hubungan Antara Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal. Riset Manajemen & Bisnis*. Vol. 2 No. 2 (2007). <http://library.ukdw.ac.id/article/view/2207155171/1907-7343>. Diakses tanggal 24 April 2014. Hal. 155-171.
- Effendi, S., & Tukiran, 2012. *Metode Penelitian Survei*. Edisi Revisi 2012. LP3ES, Jakarta.
- Putri, L. A. S. E. 2012. Pengaruh Servicescape Dan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wisata Eco Green Park Batu. <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/viewFile/851/776>. Diakses tanggal 24 April 2014. Hal. 180-193.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jogiyanto, H. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis, Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi 5. Badan Penerbit Fakultas Ekonomika & Bisnis UGM, Yogyakarta.
- Kotler, P & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Salemba Empat, Jakarta.
- , Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Lilani, A. 2008. *A Study on The Impact of Servicescape, Emotional Behaviors, and Repatronage Intentions in Upscale Restaurants - Mumbai*. University of Huddersfield. UK, Huddersfield.
- Lovelock, Wirtz. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta.
- Manoppo, F. 2013. Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Grand Puri Manado. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol. 1 No. 4 (2013). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2913/2464>. Diakses tanggal 15 April 2014. Hal. 1341-1348.
- Mongkaren, Steffi. 2013. Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol.1 No. 4 (2013). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/2723/2276>. Diakses tanggal 15 April 2014. Hal. 493-503.
- Mustafa, Z. 2009. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Raharjani, J. 2005. Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*. <http://www.academia.edu/3259234>. Vol. 2 No. 1 (2005). Diakses tanggal 16 April 2014. Hal 1-15.
- Sihombing, Umberto. 2004. Pengaruh Keterlibatan dalam Pengambilan Keputusan, Penilaian pada Lingkungan Kerja dan Motivasi Berprestasi terhadap Kepuasan Kerja Pamong Praja. *Jurnal*. <http://www.dupdiknas.go.id>. Diakses tanggal 30 April 2014. Hal 152-164.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. 2011. *Pemasaran Strategik*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. 2009. *SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Salemba Infotek, Jakarta.