

Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap  
Kepuasan Konsumen Pada Makanan Cepat Saji Riz's Chicken Kampung  
Baru Unila Bandar Lampung

Ita Yulyani, Nurdin dan Tedi Rusman  
Pendidikan Ekonomi PIPS FKIP Universitas Lampung  
Jalan Prof. Soemantri Brojonegoro No. 01 Bandar Lampung

The purpose of this research to determine: (1) the effect of product quality (2) quality of service (3) Price in relation to customer satisfaction of Riz's Chicken Kampung Baru. The method used in this research were *ex post facto* and survey approach. The population in this study were people who had bought product in Riz's Chicken Kampung Baru. The sampling technique used was Random Sampling method with the number of samples counted until 60 people. Questionnaires was used as data collecting techniques. The result of analysis show that there was an influence of serqual dimension which Product Quality, Sevice Quality and Price, to customer satisfaction.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas produk (2) kualitas pelayanan (3) Harga terhadap kepuasan konsumen pada makanan cepat saji Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah orang- orang yang pernah membeli di Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung. Teknik Pengambilan sampel menggunakan metode Random Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen.

## **PENDAHULUAN**

Persaingan adalah satu hal yang tidak dapat lepas dari kehidupan manusia. Manusia saling bersaing untuk menciptakan hidup yang lebih baik, persaingan terjadi untuk menciptakan tempat yang lebih baik dan layak bagi kehidupan manusia. Begitu pula yang terjadi di dalam dunia bisnis, setiap pergerakan yang terjadi di dalam bisnis adalah sebuah persaingan. Saat ini persaingan bisnis sudah semakin ketat dan keras, begitu juga yang terjadi di Indonesia, persaingan bisnis di Indonesia sudah menciptakan banyak perubahan bagi para pelaku bisnis. Banyak hal yang mempengaruhi terjadinya persaingan, beberapa diantaranya adalah target pencapaian, inovasi- inovasi di dalam hidup manusia, tingkat kreatifitas manusia yang terus berkembang, tuntutan hidup yang terus meningkat, dan gaya hidup manusia yang terus berubah di setiap masanya.

Perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin pesat, tidak hanya berakibat pada sektor ekonomi, akan tetapi sektor budaya juga ikut terpengaruh. Perubahan kebudayaan biasanya di tunjukkan oleh perubahan gaya hidup. Pada era modernisasi seperti pada saat ini, berkembang gaya hidup serba praktis dan instan yang mempengaruhi hampir seluruh populasi manusia yang ada di dunia. Gaya hidup instan adalah gaya hidup yang mengutamakan nilai kepraktisan, kecepatan, dan efisiensi waktu. Bagi beberapa orang, cepat, praktis dan efisien sudah menjadi sebuah kebutuhan utama di dalam kegiatannya sehari-hari. Hal ini tentu berpengaruh terhadap persaingan bisnis, yang kemudian di respon oleh kebudayaan produsen dalam merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan gaya hidup instan masyarakat. Bisnis yang terpengaruh oleh gaya hidup masyarakat adalah bisnis restoran.

Menurut Masrum, (2005: 7) restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang di kelola secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan yang baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman. Namun karena terjadi perubahan gaya hidup masyarakat, perubahan konsep restoran dirasa perlu dilakukan. Salah satu konsep yang saat ini diterapkan di Indonesia adalah konsep restoran siap saji.

Restoran siap saji adalah restoran yang menghadirkan makanan dan minuman dengan cepat, biasanya berupa kentang goreng, hamburger, atau ayam goreng. Kebanyakan restoran siap saji yang beroperasi di Indonesia adalah berupa waralaba atau cabang dari perusahaan asing. Konsep restoran cepat saji adalah memberikan pelayanan berkualitas dalam waktu yang sesingkat mungkin, konsep ini diterapkan untuk memenuhi kebutuhan

konsumen akan makanan berkualitas dan juga efisiensi waktu.

Aspek yang perlu diperhatikan dalam produk adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang tidak dimiliki oleh produk pesaing (Nela,2012: 5) sehingga definisi ini dapat dikatakan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas bila penjual telah memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011: 215) dalam bukunya *service, quality, dan satisfaction*, mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah warna dari makanan tersebut, penampilan saat berada di piring, tekstur dan rasa. Menurut (Yamit,2004: 22) kualitas layanan adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan

pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual. Layanan yang berkualitas adalah persepsi konsumen merasa puas saat terjadinya proses transaksi.

Menurut Kotler, ( 2004: 78) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai yang konsumen pertukarkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk jasa yang dipertukarkan itu. Bagi konsumen harga harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakannya lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

Sehubungan dengan kebutuhan manusia yang paling mendasar menurut Maslow adalah kebutuhan akan pangan yang mana setiap manusia akan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan berbagai cara. Berdasarkan tingkat konsumsi yang cukup tinggi, salah satu sub sektor industri yang akan berkembang dengan pesat adalah industri makanan. Sektor ini terbukti dengan banyaknya investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan produk makanan. Kekuatan usaha produk makanan ini adalah bagaimana para konsumennya, setiap perusahaan akan berusaha memberikan nilai tambah (*value added*) yang berbeda terhadap produk dan jasa layanan yang diberikan kepada konsumen.

Restoran cepat saji di Indonesia sudah banyak di dirikan termasuk di kota Bandar Lampung. Salah satu restoran siap saji yang banyak di kota ini adalah KFC, atau singkatan dari Kentucky Fried Chiken. KFC pertama kali masuk di Indonesia pada tahun 1978 yang di dirikan oleh Kelompok Usaha Gelael. Akan tetapi pada tahun 1986 hak Franchisor diambil alih oleh Pepsi Cola Internasional, hingga saat ini KFC

mempunyai 426 gerai di seluruh Indonesia. Salah satu restoran siap saji yang ada di Bandar Lampung adalah Riz's Chicken yang berada di jalan Bumi Manti II Kampung Baru Unila Bandar Lampung.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Jika melihat pangsa pasar yang cukup menguntungkan dan kondisi demografi yang sangat mendukung berkembangnya bisnis restoran, tidak heran telah terjadi peningkatan persaingan dalam bisnis restoran di wilayah Bandar Lampung semakin memperluas bisnis kuliner, begitu juga pada bisnis restoran siap saji di Bandar Lampung, karena gaya hidup masyarakat yang mulai menganut budaya serba instan, sehingga menyebabkan munculnya peluang bisnis restoran siap saji di wilayah ini.

Selain itu peneliti mengamati bahwa perilaku konsumen terhadap produk ini dimana konsumen merelakan berjam-jam antri untuk menikmati sensasi produk yang ditawarkan. Tidak sedikit para konsumen membeli di Riz's Chicken dengan berkelompok, ada yang dengan saudara, keluarga, teman kuliah dan teman kantor.

Sekian banyak pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen sampai pada

keputusan memilih rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas produknya, kualitas pelayanan, dan harga sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang ada di rumah makan, oleh karena itu berhasil tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggannya tergantung pada kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga.

persaingan bisnis rumah makan di wilayah Bandar Lampung cukup tinggi. Untuk mempertahankan agar pasar restoran siap saji Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung tetap stabil dan meningkat, pihak pengelola harus menerapkan strategi yang tepat dalam bisnis

ini. Pengelola harus mulai berpikir seperti konsumen agar dapat mengetahui apa kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan terpuaskan oleh produknya.

Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku royal, rasa puas dan komitmen terhadap produk tersebut (Mowen dan Minor, 2002). Demikian pula dengan Riz's Chicken Kampung Baru Unila yang berorientasi pada upaya untuk mengarahkan konsumen lebih puas terhadap makan.

Secara sederhana kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterimanya, menurut Pujawa, (2010: 97).

Menurut persepsi pelanggan kualitas pelayanan yang diberikan oleh produsen dirasakan langsung oleh konsumen, harga

produk yang ditawarkan kurang sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan pada Riz's Chicken Kampung Baru Unila. Sehingga peneliti ingin melaksanakan penelitian lebih lanjut dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Cepat Saji Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung.

Tujuan Penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada

Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung.

4. Untuk mengetahui kualitas produk, kualitas layanan, harga terhadap keputusan pembelian pada Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode *deskriptif* dan *verifikatif*, yaitu hasil penelitian yang kemudian diolah dan diambil kesimpulannya. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Metode *deskriptif* yaitu adalah penelitian yang dilakukan untuk

menggambarkan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari variabel itu dengan variabel lain. Sedangkan metode *verifikatif* dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2010: 2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, data yang diperoleh terhadap informasi tertentu, dan kegunaannya untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Pengertian metode deskriptif yang dikemukakan oleh Sugiyono (2010: 29) Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan

yang lebih luas. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah ke satu dan masalah kedua. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, jadi dari data tersebut akan ditarik kesimpulan.

Menurut Masyhuri (2010: 45) pengertian metode verifikatif adalah sebagai berikut .Metode *verifikatif* yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan. Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik.

Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh Variabel terhadap Y yang diteliti. *Verifikatif* berarti menguji teori

dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *diskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post fact* dan survei. Metode *diskriptif* adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang di selidiki Nazir dalam Sujarwo, (2008: 86). Tujuan penelitian ini merupakan verifikatif yaitu sebagai penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variable atau lebih.

Pendekatan *ex post facto* merupakan penelitian yang meneliti peristiwa yang telah terjadi dengan melihat kebelakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut, Sugiyono (2012: 7). Sedangkan pendekatan survei yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dan gejala-gejala

yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual baik institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok atau daerah, Nazir (2003: 56). Penelitian survei pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam.

Menurut Sugiyono, (2005 :7) walaupun metode survei tidak memerlukan kelompok control seperti halnya pada metode eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan bisa lebih akurat bila digunakan sampel yang representative.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung. Dari hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti besarnya populasi yang ada di Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung dalam sebulan adalah 150 orang.

Sampel adalah sebagian dari jumlah populasi atau bagian kecil dari anggota

populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sampel diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Probability Sampling dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, bahkan probabilitas anggota tertentu untuk dipilih tidak diketahui. Pengambilan sampel ini diambil dengan menggunakan metode jenis Convenience Sampling. *Metode aksidental* ini adalah tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden untuk di jadikan sampel atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat saja, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka diperoleh hasil sebagai berikut.

1. Kualitas produk merupakan suatu hal yang mempengaruhi konsumen untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung.

Kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan konsumen dapat dipenuhi. Keinginan konsumen yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan

kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan (Kotler (2007: 49). Diperoleh  $t_{hitung}$  secara partial untuk Kualitas Produk sebesar 2,933 dan  $t_{tabel}$  dengan  $dk = 58$  pada  $\alpha 0.05$  sebesar 2,0017 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,933 > 2,0017$  hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, atau dengan kata lain Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Apabila kita melihat probabilitasnya (sig.) ternyata  $0,005 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berarti Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Cepat Saji Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung 2018.

2. Kualitas pelayanan mengungkapkan pengertian pelayanan yaitu upaya dalam memenuhi permohonan untuk menspesifikasikan produk seperti data kinerja, permohonan untuk rincian, pemrosesan pesanan pembelian, penyelidikan status pesanan, dan layanan garansi. Pelayanan sering disebut sebagai jasa yang diberikan oleh perusahaan, artinya

bahwa adanya suatu kegiatan yang dilakukan suatu pihak kepada pihak lain. Diperoleh  $t_{hitung}$  secara partial untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3,329 dan  $t_{tabel}$  dengan  $dk = 58$  pada  $\alpha 0.05$  sebesar 2,0017 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,329 > 2,0017$  hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, atau dengan kata lain variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Apabila kita melihat probabilitasnya (sig.) ternyata  $0,002 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Ccepat Saji Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung 2018.

3. Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki dan atau menggunakan suatu produk atau jasa. Berdasarkan sudut pandang pemasaran, harga adalah satuan moneter yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu

barang atau jasa. Sementara itu dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator pengukur nilai dari manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Diperoleh  $t_{hitung}$  secara partial untuk variabel Harga sebesar 2,896 dan  $t_{tabel}$  dengan  $dk = 58$  pada  $\alpha = 0,05$  sebesar 2,0017 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,896 > 2,0017$  hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, atau dengan kata lain variabel Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Apabila kita melihat probabilitasnya (sig.) ternyata  $0,005 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berarti Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Cepat Saji Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung 2018.

4. Kepuasan konsumen Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan

produk atau (hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler, 2010: 138). diperoleh  $F_{hitung} = 102,167$  dengan signifikansi (sig.) sebesar 0,000, sedangkan  $F_{tabel}$  dengan derajat kebebasan ( $dk/df$ ) untuk pembilang = 3 dan penyebut = 56 dan  $\alpha = 0,05$  dari daftar tabel diperoleh = 2,77 dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $102,167 > 2,77$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$  yang menyatakan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Cepat Saji Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung 2018.

Koefisien korelasi multiple diperoleh sebesar 0,920 yang berarti hubungan secara simultan antara variabel kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan termasuk tingkat hubungan yang sangat tinggi dengan kadar determinasi sebesar 0,846 atau 84,6% variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi variabel kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Harga ,sisanya sebesar 15,4% dipengaruhi oleh

variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Makanan Cepat Saji Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung. Jika kualitas produk baik maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat, sebaliknya jika bukti fisik buruk maka tingkat kepuasan konsumen rendah.
2. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada konsumen Makanan Cepat Saji Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung. Jika kualitas pelayanan baik maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat, sebaliknya jika kualitas pelayanan buruk maka tingkat kepuasan konsumen rendah.
3. Ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Makanan Cepat

Saji Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung, jika harga tinggi maka kepuasan konsumen akan rendah.

4. Ada pengaruh interaksi antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Makanan Cepat Saji Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung 2018. Jika kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga sesuai maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat, sebaliknya jika kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga tidak sesuai maka tingkat kepuasan konsumen rendah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Craven, David W. 2003. *Pemasaran Strategis*. Jilid 2. Edisi Keempat. Cetakan Kedua. Ahli Bahasa Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian)*. Jakarta: Erlangga

Masrum,W.A. 2005.Restoran dan Segala permasalahan. Yokyakarta: Andi Publisher

Nela. Kualitas Produk. Jakarta: Erlangga

Sugiyono.2005. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Chandra,Gregorius.2011.Strategi dan Program Pemasaran. Edisi 1. Yokyakarta: Andi

Yamit, Ahmad.2004.Kualitas layanan. Jilid 2. Edisi Pertama. Cetakan kedua. Jakarta: Erlangga.

Mowen. dan Minor, M.2002. Perilaku Konsumen Jilid 1, Edisi Kelima. Jakarta:Erlangga.

Pujawa, I Nyoman.2010.Supply Chain Management,Edisi Kedua. Surabaya: Guna Widya.

Nazir dan Sujarwo.2009. Metodologi Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.