



# ***PROSIDING SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN INDUSTRI DAN RANTAI PASOK***

Vol. 2 Tahun 2021

Judul Artikel :

Analisis Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pizza Hut Di Beji Depok Jawa Barat

The image shows a screenshot of a journal website. At the top, there is a header with the logo of the Indonesian Ministry of Industry and a title: "PROSIDING SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN INDUSTRI DAN RANTAI PASOK". Below the header is a navigation menu with links: HOME, ABOUT, LOGIN, REGISTER, SEARCH, CURRENT, ARCHIVES, ANNOUNCEMENTS. The main content area is titled "Vol 2 (2021)" and "Prosiding Seminar Nasional Manajemen Industri dan Rantai Pasok 2nd, Jakarta 2021". It lists the theme: "Membangun Rantai Pasok Domestik Untuk Meningkatkan Daya Saing Komoditas Dan Produk Nasional" and the date: "Jakarta, 4 November 2021". It also lists keynote speakers: Prof. Ir. I Nyoman Pujawan, M.Eng, Ph.D, CSCP; Dr. M. Firdausi Manil M.Eng; and Dr. Haris Munandar N, MA. A "Table of Contents" section is visible, listing an article titled "BARCODE SISTEM DALAM PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN JASA PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN" by Agung Kwartama, Lis adek, Sumiyatiningsih Sumiyatiningsih, and Didik Indriawan. The article has 211 abstract views and 86 PDF-FULL TEXT views. On the right side, there is a sidebar with links for Focus & Scope, Author Guidelines, Publication Ethics, Online Submissions, Editorial Team, Peer Reviewers, and Contacts. There is also a user login section and a notification section.

Nama Prosiding :

Prosiding Seminar Nasional Manajemen Industri dan Rantai Pasok 2nd, Jakarta 2021

Vol 2 (2021)

Jakarta, 4 November 2021

Penerbit/penyelenggara :

Politeknik APP Jakarta

ISSN : ISSN: 2797-9539 (online); 2798-0391 (print)

Penulis :

**Titin Endrawati, Sugeng Raharjo, Anung Widodo**




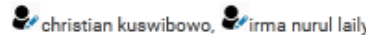



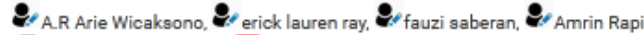

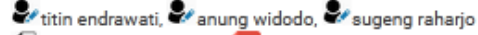


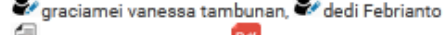

Alamat Web Prosiding :

<https://jurnal.poltekapp.ac.id/index.php/SNMIP/article/view/916>

# Table of Contents

## Articles

<b>BARCODE SISTEM DALAM PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN JASA PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN</b>     Abstract views: 211    PDF-FULL TEXT views: 86	PDF-FULL TEXT 1-20
<b>ANALISIS LINGKUNGAN KERJA MENGGUNAKAN METODE 5S PADA GUDANG JASA LOGISTIK (STUDI KASUS PT. DLI INDONESIA)</b>     Abstract views: 670    PDF-FULL TEXT views: 970	PDF-FULL TEXT 21-36
<b>PENGUKURAN LINTAS DISTRIBUSI BAHAN BAKU PADA RANTAI PASOK DENGAN SIMULASI MONTE CARLO</b>     Abstract views: 114    PDF-FULL TEXT views: 55	PDF-FULL TEXT 37-43
<b>PENGINTEGRASIAN KAWASAN INDUSTRI SEI MANGKEI DAN KUALA TANJUNG</b>     Abstract views: 121    PDF-FULL TEXT views: 96	PDF-FULL TEXT 44-50
<b>PENGEMBANGAN KONSEP AVAILABLE TO PROMISE (ATP) UNTUK MENJAMIN KETERSEDIAAN PRODUK FILING CABINET TIPE SUSUN 531 (FC531Susun) DALAM RANGKA PEMENUHAN PERMINTAAN PELANGGAN DI PT MNO</b>     Abstract views: 347    PDF-FULL TEXT views: 129	PDF-FULL TEXT 51-59
<b>ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS PENERIMAAN PRODUK SOFTLENS DENGAN METODE SIX SIGMA DI PT CEVA LOGISTIK INDONESIA KELAPA GADING</b>     Abstract views: 135    PDF-FULL TEXT views: 104	PDF-FULL TEXT 60-70
<b>PENGARUH PENGADAAN SPARE PART DAN PERSEDIAAN SPARE PART TERHADAP KELANCARAN KEBERANGKATAN KAPAL MILIK PT. BUANA LINTAS LAUTAN Tbk</b>     Abstract views: 279    PDF-FULL TEXT views: 1344	PDF-FULL TEXT 71-107
<b>PENERAPAN KONSEP THEORY OF CONSTRAINS (TOC) DALAM AKTIVITAS PERENCANAAN PRODUKSI DI PT XYZ</b>     Abstract views: 66    PDF-FULL TEXT views: 35	PDF-FULL TEXT 108-117
<b>ANALISIS MODEL PENERIMAAN ANTI-LOCK BRAKING SYSTEM (ABS) OLEH PENGENDARA KENDARAAN RODA DUA</b>     Abstract views: 93    PDF-FULL TEXT views: 48	PDF-FULL TEXT 118-121
<b>PENERAPAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS DALAM PEMILIHAN VENDOR TRUCKING (STUDI KASUS DI PT. MAKMUR BERKAT SOLUSI)</b>     Abstract views: 94    PDF-FULL TEXT views: 157	PDF-FULL TEXT 122-133
<b>IMPLIKASI METODE NEAREST NEIGHBOR TERHADAP EFEKTIVITAS PENJADWALAN TRUK PENGANGKUTAN SAMPAH DI DINAS LINGKUNGAN HIDUP KOTA MATARAM</b>     Abstract views: 114    PDF-FULL TEXT views: 97	PDF-FULL TEXT 134-141

<p><b>PERANCANGAN SISTEM MANAJEMEN PERGUDANGAN POLITEKNIK APP JAKARTA UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERGUDANGAN</b></p> <p> erika fatma, hendy dwi hardiman, winanda kartika, M Tirtana Siregar, nessa ananda</p> <p>   Abstract views: 251    PDF-FULL TEXT views: 255</p>	<p>PDF-FULL TEXT 142-149</p>
<p><b>ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS MENGGUNAKAN METODE SIX SIGMA UNTUK MEMINIMASI CACAT PRODUK PADA PT. BUMIPUTRA MANUFAKTUR TEKNOLOGI</b></p> <p> yola yolia sari, resista vikaliana</p> <p>   Abstract views: 140    PDF-FULL TEXT views: 349</p>	<p>PDF-FULL TEXT 150-163</p>
<p><b>IMPLEMENTASI DYNAMIC PROGRAMMING UNTUK MENENTUKAN AKTOR PADA RANTAI PASOK</b></p> <p> Luthfi Nurwandi</p> <p>   Abstract views: 138    PDF-FULL TEXT views: 176</p>	<p>PDF-FULL TEXT 164-171</p>
<p><b>PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP MINAT PENGGUNAAN FITUR HOME OF TALENT PADA APLIKASI RCTI+ (PT MNC DIGITAL INDONESIA) DI JAKARTA</b></p> <p> christian kuswibowo, irma nurul laily</p> <p>   Abstract views: 214    PDF-FULL TEXT views: 425</p>	<p>PDF-FULL TEXT 172-180</p>
<p><b>PERAN KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MEMBENTUK KEPUASAN PELANGGAN</b></p> <p> muhammad irfan nasution, widya sari simamora</p> <p>   Abstract views: 141    PDF-FULL TEXT views: 395</p>	<p>PDF-FULL TEXT 181-186</p>
<p><b>ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN CEPAT SAJI</b></p> <p> muslih muslih, nurhayati nurhayati</p> <p>   Abstract views: 65    PDF-FULL TEXT views: 57</p>	<p>PDF-FULL TEXT 187-190</p>
<p><b>ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA LULUSAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS PADA ALUMNI POLITEKNIK APP JAKARTA DI WILAYAH JABODETABEK</b></p> <p> A.R Arie Wicaksono, erick lauren ray, fauzi saberan, Amrin Rapi</p> <p>   Abstract views: 209    PDF-FULL TEXT views: 101</p>	<p>PDF-FULL TEXT 191-198</p>
<p><b>ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, SALURAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PIZZA HUT DI BEJI DEPOK JAWA BARAT</b></p> <p> titin endrawati, anung widodo, sugeng raharjo</p> <p>   Abstract views: 110    PDF-FULL TEXT views: 54</p>	<p>PDF-FULL TEXT 199-204</p>
<p><b>PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI KENDARAAN DALAM STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN HONDA PCX 150 - CBS DI WILAYAH SURABAYA</b></p> <p> Iksan Iksan, anik rufaidah</p> <p>   Abstract views: 206    PDF-FULL TEXT views: 84</p>	<p>PDF-FULL TEXT 205-333</p>
<p><b>STUDI LITERATUR: STRATEGI MEMPERTAHAKAN USAHA KECIL, MIKRO DAN MENENGAH</b></p> <p> dewi rahmawati, yusuf mauluddin</p> <p>   Abstract views: 121    PDF-FULL TEXT views: 540</p>	<p>PDF-FULL TEXT 334-339</p>
<p><b>PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE PADA MASA PANDEMI COVID-19</b></p> <p> enggar widianingrum</p> <p>   Abstract views: 257    PDF-FULL TEXT views: 245</p>	<p>PDF-FULL TEXT 340-348</p>
<p><b>ANALISIS PROSEDUR IMPOR DAN PROSES BONGKAR SIRUP GLUKOSA PADA PT. BONBON INDONESIA</b></p> <p> graciamei vanessa tambunan, dedi Febrianto</p> <p>   Abstract views: 135    PDF-FULL TEXT views: 82</p>	<p>PDF-FULL TEXT 349-357</p>
<p><b>STRATEGI PENINGKATAN KETAHANAN INDUSTRI DAN STABILITAS IKLIM USAHA INDUSTRI DALAM</b></p>	<p>PDF-FULL TEXT 350-355</p>

dewi rahmawati, yusuf mauluddin

 | Abstract views: 121 |  PDF-FULL TEXT views: 540

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE PADA MASA PANDEMI COVID-19**

PDF-FULL TEXT  
340-348

enggar widianingrum

 | Abstract views: 257 |  PDF-FULL TEXT views: 245

**ANALISIS PROSEDUR IMPOR DAN PROSES BONGKAR SIRUP GLUKOSA PADA PT. BONBON INDONESIA**

PDF-FULL TEXT  
349-357

graciamei vanessa tambunan, dedi Febrianto

 | Abstract views: 135 |  PDF-FULL TEXT views: 82

**STRATEGI PENINGKATAN KETAHANAN INDUSTRI DAN STABILITAS IKLIM USAHA INDUSTRI DALAM RANGKA PEMULIHAN INDUSTRI PASCA PANDEMI COVID-19**

PDF-FULL TEXT  
358-365

Heru kustanto, agus wahyudin, M Tirtana Siregar

 | Abstract views: 154 |  PDF-FULL TEXT views: 72

**DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KINERJA EKSPOR PRODUK ALAS KAKI**

PDF-FULL TEXT  
366-371

achmad sanusi, intan maria lewiayu, syaiful ahmar

 | Abstract views: 196 |  PDF-FULL TEXT views: 494

**PENGUKURAN KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP E-LEARNING INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM SURABAYA BERDASAR KRITERIA**

PDF-FULL TEXT  
372-377

nicko nur rakhmaddian, nisa asrofi, granita hajar

 | Abstract views: 161 |  PDF-FULL TEXT views: 157

**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN VISUAL DAN FOTOGRAFI PADA SOSIALMEDIA INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS TANIHUB INDONESIA)**

PDF-FULL TEXT  
378-384

aji kresno murti, christian kuswibowo

 | Abstract views: 350 |  PDF-FULL TEXT views: 371

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PREFERENSI KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN FAST FOOD DI MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI KASUS PADA PELANGGAN RESTORAN KFC)**

PDF-FULL TEXT  
385-392

erick lauren ray, nyoman wirya artha, erlita khrisinta dewi

 | Abstract views: 964 |  PDF-FULL TEXT views: 824

**PENGARUH PERANG TARIF AMERIKA SERIKAT – TIONGKOK TERHADAP PERDAGANGAN INTERNASIONAL INDONESIA STUDI KASUS KENDARAAN DARAT KODE HS 87**

PDF-FULL TEXT  
393-399

Theresia Anindita, Dhany Surya Ratana

 | Abstract views: 502 |  PDF-FULL TEXT views: 201

**PENGARUH TAMPILAN TOKO ( STORE ATMOSPHERE ) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UKM KULINER DI KELURAHAN DEPOK JAYA, KECAMATAN PANCORAN MAS, KOTA DEPOK.**

PDF  
400-411

faisal H Batubara, chairul hadi

 | Abstract views: 50 |  PDF views: 24

Index :





# PROSIDING SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN INDUSTRI DAN RANTAI PASOK

[HOME](#) | [ABOUT](#) | [LOGIN](#) | [REGISTER](#) | [SEARCH](#) | [CURRENT](#) | [ARCHIVES](#) | [ANNOUNCEMENTS](#)

[Home](#) > [About the Journal](#) > [Editorial Team](#)

## Editorial Team

### Steering Committee

[Ir. I Nyoman Wiryu Artha MM.](#), Politeknik APP Jakarta, Indonesia  
[A.R. Arie Wicaksono SKM. ST. MM.](#), Politeknik APP Jakarta, Indonesia

### Chief Editor

[M. Tirtana siregar](#), Politeknik APP Jakarta, Indonesia

### Editorial board

[Dr. Indrani Dharmayanti S.P. M.Si.](#) (Manajemen Logistik Industri Elektronika) Politeknik APP Jakarta, Indonesia  
[Siti Nurkomariyah SST. MM.](#), (Perdagangan Internasional ASEAN dan RRT) Politeknik APP Jakarta, Indonesia  
[Firdhani Faujijyah MT.](#), (Manajemen Pemasaran Industri Elektronika) Politeknik APP Jakarta, Indonesia

### Copyediting & Layout Editor

[Ismail Sani](#), Politeknik APP Jakarta, Indonesia  
[Riyadi Amd](#), Politeknik APP Jakarta, Indonesia

### Administration

[Junia Rasmi SE.](#), Politeknik APP Jakarta, Indonesia

[Index](#) :

[Focus & Scope](#)

[Author Guidelines](#)

[Publication Ethics](#)

[Online Submissions](#)

[Editorial Team](#)

[Peer Reviewers](#)

[Contacts](#)

#### USER

Username

Password

Remember me

#### NOTIFICATIONS

[» View](#)

[» Subscribe](#)

#### ANNOUNCEMENT

[ACCREDITATION](#)

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, SALURAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PIZZA HUT DI BEJI DEPOK JAWA BARAT

Titin Endrawati<sup>1</sup>, Anung Widodo<sup>2</sup>, Sugeng Raharjo<sup>3</sup>

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

Politeknik APP Jakarta, Jl. Timbul No.34 Cipedak, Jagakarsa, Jakarta Selatan

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan variabel penelitian. Pengaruh parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) memberikan pengaruh terhadap variable Kepuasan konsumen sebesar 69%, sedangkan Pengaruh variabel Saluran Distribusi (X2) memberikan pengaruh terhadap variable Kepuasan pelanggan sebesar 46.6%. Pengaruh simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Saluran Distribusi (X2) terhadap variable Kepuasan Konsumen sebesar 69.5%, sedangkan sisanya sebesar 31.5% ditentukan oleh faktor lain yang belum diketahui yang tidak masuk dalam model penelitian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi dan Kepuasan Konsumen

## ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship of research variables. The partial effect of the Service Quality variable (X1) has an influence on the consumer satisfaction variable by 69%, while the influence of the Distribution Channel variable (X2) has an influence on the customer satisfaction variable by 46.6%. The simultaneous influence of Service Quality (X1) and Distribution Channels (X2) on the variable Consumer Satisfaction is 69.5%, while the remaining 31.5% is determined by other unknown factors that are not included in the research model.

Keywords: Service Quality, Distribution Channels and Consumer Satisfaction

## PENDAHULUAN

Saat Pandemi dan era modernisasi seperti sekarang ini, dapat membawa pengaruh atau kebiasaan konsumen baik dalam gaya hidup maupun pola konsumsi yang selalu ingin mengikuti trend dan kondisi pandemi. Pola konsumsi masyarakat yang mengalami perubahan serta prospek industri restoran siap saji dapat menimbulkan perusahaan-perusahaan yang muncul dalam industri makanan semakin kompetitif. Pergeseran budaya masyarakat Indonesia semakin modern terutama di perkotaan apalagi di daerah Depok yang menyukai makanan yang praktis dan instan.

Sistem penjualan dan distribusi baik yang dilakukan secara on line dengan menggunakan transportasi grab dan penjualan langsung yang dikembangkannya.

Kepuasan konsumen merupakan fungsi dan persepsi/ kesan atas kinerja dan harapan. Jika memenuhi atau bahkan melebihi harapan, maka konsumen akan puas. Kepuasan konsumen akan menciptakan “*Kelekatan Emosional*” terhadap merk produk tertentu (Kotler, 2002:42). Apabila konsumen merasa puas dalam menggunakan suatu produk merk tertentu, maka akan loyal terhadap produk tersebut (terus membeli/ menggunakannya) dan akan merekomendasi atau memberikan informasi kepada orang lain. Jadi kepuasan konsumen berperan sangat penting dalam mengukur kesetiaan seorang pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, kunci keberhasilan dalam persaingan sering terletak pada penambahan pelayanan yang menambah nilai serta meningkatkan mutu produk fisik itu yang membedakan pelayanan terutama adalah kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan pelanggan, konsultasi pelanggan, serta beberapa hal

lainnya (Kotler, 200:68). Sedangkan menurut Dimiyati (1989: 13), pelayanan adalah segala sikap, perilaku dan perbuatan yang secara sengaja dilakukan oleh pihak perusahaan kepada konsumen atau pelanggan dalam usahanya memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan nilai lebih dari kualitas pelayanan Pizza Hut yang diberikan kepada konsumen lebih mengedepankan pengiriman produk tepat waktu, keutuhan barang pada waktu pengiriman.

### **Tinjauan Pustaka**

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas hal tersebut untuk memenuhi harapan konsumen (Santoso, 2003:116). Kotler (2000:67), menyatakan kualitas pelayanan keseluruhan ditentukan oleh kesesuaian keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan dan kinerja yang disarankan konsumen.

Berdasarkan pemahaman di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan keunggulan yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu produk/jasa dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah melakukan pembelian produk/jasa. Dalam menentukan tingkat kualitas pelayanan ada faktor yang memengaruhi yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan (*persived service*). Dalam hal ini, apabila pelayanan yang diharapkan sesuai dengan harapan konsumen maka kualitas

### **Kepuasan Konsumen**

Kata “kepuasan atau *satisfaction*” berasal dari Bahasa Latin” *satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu’ atau ‘membuat sesuatu memadai’ Westbrook & Reilly (1983) dalam Tjiptono (2004:348) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual.

Berdasarkan landasan teori mengenai kualitas produk, kualitas produk, dan saluran distribusi kepuasan konsumen dapat diukur dari beberapa

pelayanan yang diberikan tersebut dinilai memuaskan (Kotler,2002:29).

Baik dan buruknya kualitas pelayanan tergantung dari persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh karena itu harus dapat menyesuaikan kualitas pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diinginkan konsumen. Keputusan untuk konsumen melakukan pembelian tergantung dari penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang dihasilkan perusahaan, semakin kualitas pelayanan yang diberikan memuaskan konsumen maka konsumen akan melakukan pembelian kembali terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau konsumen akan menjadi konsumen potensial. Namun apabila kualitas pelayanan yang diberikan mengecewakan konsumen, maka konsumen akan membeli produk dari perusahaan lain yang dirasa lebih memuaskan.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2001:56) pemasaran langsung dapat diatur waktunya untuk meraih prospek dalam waktu yang tepat. Pemasaran langsung memungkinkan pengujian pilihan media dan pesan alternatif untuk mencari pendekatan yang paling efektif dalam segi biaya. Pemasaran langsung mengacu kepada komunikasi langsung selain kontak penjualan pribadi antara pembeli dan penjual. Meskipun pemasaran langsung dapat dipandang sebagai promosional, pemasaran langsung menetapkan seperangkat pilihan saluran distribusi tertentu. Terdapat kaitan pemasaran langsung antara produsen dan pelanggan akhir

indicator (Tjiptono, 2005:366), yaitu: konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*), minat beli ulang (*willingness to recommend*), kesediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*), ketidakpuasan konsumen (*customer dissatisfaction*). Hal ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen akan membuat konsumen loyal terhadap merk tertentu dan merekomendasikan kepada orang lain.

Penelitian ini dilakukan di lingkungan wilayah Depok Jawa Barat .Penelitian ini terkait Variabel adalah Kualiatas Pelayanan dan Saluran Distribusi dan kepuasan konsumen . Kami mengambil data penelitian dari tempat penelitian ini juga melakukan dengan beberapakali wawancara para pembeli di Restoran Pizza Hut . Sedangkan waktu penelitian dilakukan dari bulan Maret- Agustus 2021.

### **Metode Penelitian**

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif.jenis penelitiannya



adalah survey, dimana peneliti ingin mengetahui pengaruh variable yang bebas dengan variable terikat dengan menentukan tingkat atau derajat pengaruh diantara variabel-variabel tersebut. Dengan metode ini dapat diketahui pengaruh antara beberapa variable secara bersama-sama (simultan) dan dapat melihat bagaimana variable secara sendiri-sendiri dipengaruhi oleh variable yang lain. Tingkat pengaruh antara variable-variabel yang akan diteliti ditunjukkan oleh tingkat koefisien pengaruh, yaitu suatu alat statistic yang digunakan untuk membantu peneliti mengetahui tingkat pengaruh tersebut.

Metode yang digunakan ialah deskriptif kualitatif yaitu penelitian tentang fenomena yang terjadi pada masa sekarang, prosesnya berupa pengumpulan dan penyusunan data serta analisis dan penafsiran data tersebut. Data dikumpulkan melalui Wawancara dan pengisian angket. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui pengaruh Variabel adalah Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi terhadap kepuasan pelanggan.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2009:61)  
 Jumlah populasi dalam penelitian ini di sekitar wilayah kota Beji Depok dengan menggunakan teori Roscoe . Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling berdasarkan dengan kaidah Roscoe dan mempertimbangkan daerah konsumen pembeli Pizza Hut Daerah Beji Depok Jawa Barat

maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah perwilayah 30 responden.

### Deskripsi Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui penyebaran sejumlah daftar pertanyaan (kuesioner) yang diberikan kepada 30 responden telah disebar pada berupa 30 pertanyaan yang termuat di dalam kuesioner mengacu kepada variabel penelitian, yaitu Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Saluran Distribusi ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas, serta Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel dependen pada penelitian deskriptif kualitatif.

### Uji Normalitas instrument penelitian

#### Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1_tot
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	3.833
	Std. Deviation	.7489
Most Extreme Differences	Absolute	.220
	Positive	.120
	Negative	-.211
Kolmogorov-Smirnov Z		1.156
Asymp. Sig. (2-tailed)		.138
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan output tersebut besarnya nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0.138 lebih besar dari *level of signifikan* (0,05), dengan demikian data variabel  $X_1$  Kualitas Pelayanan dapat dikatakan *Norma*.

#### Variabel Saluran Distribusi ( $X_2$ )

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X2_Tot
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	3.758
	Std. Deviation	.7488
Most Extreme Differences	Absolute	.202
	Positive	.122
	Negative	-.202
Kolmogorov-Smirnov Z		1.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.172
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan output tersebut besarnya nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0,172 lebih besar dari *level of*

*signifikan (0,05)*, dengan demikian data variabel X2 Saluran Distribusi dapat dikatakan *Normal*.

### Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Y1_Tot
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	3.877
	Std. Deviation	.6388
Most Extreme Differences	Absolute	.132
	Positive	.074
	Negative	-.132
Kolmogorov-Smirnov Z		.726
Asymp. Sig. (2-tailed)		.668
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan output tersebut besarnya nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0,668 lebih besar dari *level of signifikan (0,05)*, dengan demikian data variable Y Kepuasan konsumen dapat dikatakan *Normal*.

#### Uji Reliability

Setelah data diuji validitasnya, langkah berikut adalah menguji reliabilitasnya, reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat

ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Konsistensi disini berarti alat ukur tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep atau gejala dari suatu kondisi ke kondisi lain. Salah satu metode yang dapat dipakai untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliable jika *nilai reliabilitas > 0,700*.

Tabel 4-7 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Angket

Variabel Penelitian	Koefisien Reliabilitas	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	.939	0,600	Reliabel
Saluran Distribusi	.781	0,600	Reliabel
Kepuasan Konsumen	.874	0,600	Reliabel

Data hasil olahan Rangkuman dari hasil pengolahan

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan konsumen ( $Y$ ), maka digunakan analisis regresi sederhana.

Tabel 4.1 Koefisien Determinasi ( $X_1$  terhadap  $Y$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 <sup>a</sup>	.693	.682	.3600

a. Predictors: (Constant),  $X_1$

Setelah persamaan regresi ditemukan maka langkah selanjutnya adalah menghitung besarnya koefisien determinan 69%. Koefisien deteminan ( $R^2$ ) ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayann terhadap Kepuasan Konsumen dalam bentuk persen. sedangkan sisanya sebesar 31% ditentukan oleh faktor lain yang belum diketahui yang tidak masuk dalam model penelitian

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Konsumen, maka digunakan analisis regresi sederhana. Analisis data dilakukan dengan memperoleh hasil analisis data diperoleh nilai konstan ( $a_2$ ) dan nilai koefisien regresi ( $b_2$ ) masing-masing adalah 1.689 dan 0,582 seperti yang terlihat pada Tabel 4-16 berikut ini :

Tabel 4.16 Koefisien Regresi ( $X_2$  terhadap  $Y_1$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 <sup>a</sup>	.466	.477	.4752

a. Predictors: (Constant),  $X_2$

Dengan demikian persamaan regresinya adalah :  
 $Y = 1.689 + 0582 X_2$ ,

Setelah persamaan regresi ditemukan maka langkah selanjutnya adalah menghitung besarnya koefisien determinan 46.6%. Koefisien deteminan ( $R^2$ ) ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Konsumen dalam bentuk persen. sedangkan sisanya sebesar 53,4% ditentukan oleh faktor lain yang

belum diketahui yang tidak masuk dalam model penelitian

Dari tabel dibawah ini dapat diketahui besarnya koefisien determinan 69.5%. Koefisien deteminan ( $R^2$ ) ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan( $X_1$ ) dan Saluran Distribusi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dalam bentuk persen. sedangkan sisanya sebesar 31,5% ditentukan oleh faktor lain yang belum diketahui yang tidak masuk dalam model penelitian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 <sup>a</sup>	.695	.672	.3657

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

Nilai tersebut membuktikan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Saluran Distribusi (X2) mampu menjelaskan variabel Kepuasan

## KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis dan pembahasan pada Bab IV dapat dikemukakan beberapa kesimpulan antara lain bahwa berdasarkan penelitian regresi sederhana dan regresi berganda faktor yang dianggap lebih berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah Posisi berdagang. Secara terperinci dapat disimpulkan variabel secara simultan yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi secara bersama-sama terhadap Kepuasan konsumen dalam persen adalah sebesar 69,5%. sedangkan sisanya 31,5% ditentukan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Craven, David W.1996. Pemasaran Strategi Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_1996. Pemasaran Strategi Jilid II. Jakarta:Erlangga.
- Ferdinand, Augusty, 2010, “Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik”, *Research Paper Series*, Program Magister Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Hawkins, Del. I dan Lonney Coney. 1997. *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, Philip & Armstrong Gary, 1997, **Dasar-Dasar Pemasaran**, Edisi 7 Jilid 2, Jakarta: PT.Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Susanto A.B., 2000, **Manajemen Pemasaran di Indonesia**, Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip, 2002, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Milenium, Jakarta, Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Peter, J Paul dan Olson, Jerry C. 2010. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, Michael, R., 1992, **Strategi Kompetitif Tehnik Analisis Industri & Pesaing**, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Siagian, Sondang, 1992, **Manajemen Strategi**, Jakarta: Bumi Aksara.
- Simamora, Henry, 2000, **Manajemen Pemasaran Internasional**, Jilid II, Jakarta: Salemba Empat.
- Soeratman, L., 2002, “Dinamika Wirausaha Multi Level Marketing”, *Journal Sain Pemasaran Indonesia*, Vo;.1 NO.3.
- Suharsimi, Suharsimi, 2002, **Prosedur Penelitian**, Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy, 2004, **Pemasaran Jasa**, Malang: Bayumedia Publising.
- Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.