



Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen : Studi Kasus pada McDonald's

Kezia Rostiana^{1*}, Galih Tri Bawono², Daniel Vieri³

^{1,2,3}Universitas Pembangunan Jaya, Indonesia

Korespondensi penulis: keziarostiana@gmail.com*

Abstract. *This study discusses the role of service quality in increasing customer satisfaction with a case study at McDonald's. Service quality is an important factor in the fast food restaurant industry, especially to create positive experiences, loyalty, and customer satisfaction. Through a qualitative approach based on literature review, this study analyzes service dimensions, such as speed, responsibility, and staff attitude that affect customer experience. The results of this study indicate that speed of service, employee friendliness, and product consistency are the main factors in shaping customer satisfaction at McDonald's. Therefore, the use of technology such as self-ordering machines and application-based services contribute significantly to increasing efficiency and customer satisfaction. McDonald's also strives to maintain standards of efficiency and customer comfort facilities. This study emphasizes the importance of consistently improving service quality in creating loyalty and strengthening brand image amidst competitive competition.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, McDonald's*

Abstrak. Penelitian ini membahas mengenai peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan studi kasus pada McDonald's. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam industri restoran cepat saji, terutama untuk menciptakan pengalaman positif, loyalitas, dan kepuasan konsumen. Melalui pendekatan kualitatif berbasis kajian pustaka, penelitian ini menganalisis dimensi-dimensi pelayanan, seperti kecepatan, responsivitas, dan sikap staf yang memengaruhi pengalaman konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan, sikap ramah karyawan, serta konsistensi produk merupakan faktor utama dalam membentuk kepuasan konsumen di McDonald's. Selain itu, penggunaan teknologi seperti mesin pemesanan mandiri dan layanan berbasis aplikasi berkontribusi signifikan terhadap peningkatan efisiensi dan kenyamanan konsumen. McDonald's juga berupaya menjaga standar fasilitas efisiensi dan kenyamanan konsumen. Penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten dalam menciptakan loyalitas dan memperkuat citra merek ditengah persaingan yang kompetitif.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, McDonald's

1. LATAR BELAKANG

Dalam industri yang semakin kompetitif, perusahaan harus terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas yang ditawarkan salah satunya ialah kualitas layanan. Salah satu faktor yang dapat membedakannya dari kompetitor adalah kualitas pelayanan. Pengalaman konsumen yang positif dapat menumbuhkan rasa loyalitas terhadap konsumen. Kualitas menjadi salah satu aspek yang penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terutama pada sektor makanan cepat saji yang sangat kompetitif seperti pelayanan McDonald's. Saat ini, restoran cepat saji atau *fast food* menjadi pilihan yang sesuai ditengah kondisi perekonomian dan pertumbuhan penduduk. McDonald's sebagai salah satu restoran terkenal di dunia yang terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan untuk memenuhi harapan konsumen yang semakin tinggi.

Seiring dengan adanya kemajuan teknologi dan perilaku konsumen, harapan terhadap kualitas pelayanan juga mengalami perubahan. Kini, konsumen memperhatikan beberapa aspek ketika melakukan pembelian terhadap suatu produk yaitu seperti kecepatan, suara, dan sikap staf dalam memberikan layanan. Melalui hal tersebut yang diberikan oleh restoran maka akan menarik perhatian konsumen dan memberikan kepuasan bagi konsumen setelah melakukan pembelian. Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor terpenting bagi suatu bisnis. Apabila konsumen sudah loyal, mereka akan lebih setia pada produk yang sudah pernah dibelinya (Hakim, 2021). Salah satu indikator utama keberhasilan bisnis adalah konsumen yang terdiri dari orang-orang yang secara konsisten melakukan pembelian produk dan merekomendasikan kepada orang lain.

Beberapa temuan dari studi-studi sebelumnya menurut (Apriasty & Simbolon, 2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya seperti yang diunjukkan oleh (Ismail & Yusuf 2021) adanya hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Hal ini juga didukung oleh (Lahat, 2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk menulis artikel dengan judul “Peran Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Pada McDonald’s”

2. KAJIAN TEORITIS

Berdasarkan beberapa poin kunci yang menyoroti konsep kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, serta hubungan di antara keduanya, khususnya dalam konteks industri restoran cepat saji seperti McDonald’s. Berikut adalah analisisnya:

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi faktor pembeda utama dalam kompetisi bisnis, khususnya di sektor makanan cepat saji. Layanan yang berkualitas menciptakan pengalaman positif, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan berkontribusi secara langsung pada tingkat kepuasan. Dimensi-dimensi seperti kecepatan, kesopanan, dan sikap staf menjadi aspek penting bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan (Parasuraman et al., 1988), yang menguraikan dimensi utama kualitas pelayanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

b. Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator utama keberhasilan bisnis. Konsumen yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan

kepada orang lain untuk menggunakan layanan tersebut. Kepuasan ini berdampak langsung pada loyalitas pelanggan, yang terbentuk dari pengalaman positif terhadap produk atau layanan (Hakim, 2021).

c. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Berbagai penelitian (Apriasty & Simbolon, 2022; Ismail & Yusuf, 2021; Lahat, 2023) menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan signifikan dengan kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan, semakin besar tingkat kepuasan pelanggan.

d. Konteks *Fast Food* dan McDonald's

Dalam konteks restoran cepat saji seperti McDonald's, harapan konsumen terus berkembang, terutama terkait kecepatan dan kenyamanan layanan. Persaingan yang ketat dan kebutuhan pelanggan yang dinamis mendorong McDonald's untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini menjadikan McDonald's sebagai studi kasus yang relevan untuk dianalisis.

e. Teknologi dalam Kualitas Pelayanan

Teknologi memainkan peran strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanan, terutama di era digital. Inovasi seperti mobile ordering, aplikasi loyalitas, self-service kiosks, dan pembayaran non-tunai telah membantu McDonald's memberikan layanan yang lebih cepat dan nyaman. Penelitian (Prasetyo & Rahayu, 2022) menunjukkan bahwa integrasi teknologi tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga menciptakan pengalaman unik bagi pelanggan. Teknologi juga menjawab kebutuhan konsumen pasca-pandemi yang mengutamakan layanan berbasis digital, aman, dan minim kontak, seperti layanan delivery melalui aplikasi pihak ketiga.

f. Pengaruh Budaya dan Lokalitas

Keunggulan McDonald's terletak pada kemampuannya menyesuaikan produk dengan preferensi budaya lokal tanpa kehilangan identitas globalnya. Contohnya adalah menu seperti McSpicy di Asia atau McRice di Indonesia. Penyesuaian ini berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya di pasar dengan keragaman budaya (Suryadi & Kurniawan, 2020).

g. Pengelolaan Staf untuk Meningkatkan Layanan

Kualitas pelayanan McDonald's juga ditentukan oleh kompetensi stafnya. Pelatihan rutin mengenai komunikasi, kecepatan, dan pengelolaan pelanggan menjadi elemen kunci dalam menjaga standar layanan. Studi menunjukkan bahwa staf yang terlatih

dan ramah memberikan dampak positif terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas layanan (Kusuma & Widodo, 2021).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data melalui kajian pustaka (*Library Research*). Menurut Sugiyono (2020) metode kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk mengkaji objek dalam kondisi alami. Proses ini melibatkan analisis terhadap teori dan hubungan antar variabel yang diambil dari jurnal serta buku-buku yang bersumber dari google scholar, internet. Kajian pustaka digunakan dalam penelitian kualitatif dengan asumsi metodologis.. Penelitian ini memiliki fokus dalam membahas peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Studi kasus yang dijadikan contoh dalam penelitian ini adalah pada mcdonald's.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responsivitas dan kepuasan konsumen

Responsivitas mencakup upaya untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan cara mendengarkan dan menangani permasalahan yang mereka hadapi. Hal ini mencerminkan kesiapan dan kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan serta merespon permintaan konsumen (Tjiptono, 2012:175). Organisasi yang menyadari pentingnya responsivitas akan memberikan penjelasan yang rinci agar pelayanan yang diberikan dapat diterima dengan baik dan menghasilkan respon positif dari konsumen (Parasuraman, 2001:52). Ketika pelayanan diberikan dengan tanggap, disertai penjelasan yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen, maka responsivitas dianggap berhasil dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Jaminan (Assurance) dan kepuasan konsumen

Jaminan dan kepuasan konsumen dapat tercapai melalui pengetahuan, kesopanan, dan keterampilan karyawan dalam membangun rasa percaya. Beberapa faktor yang menciptakan kepastian bagi konsumen meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sikap sopan santun. Pengetahuan serta sikap ramah karyawan, bersama dengan kemampuan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan, sangat penting dalam menciptakan kepuasan (Tjiptono, 2012: 175). Setiap pelayanan yang diberikan harus disertai dengan kepastian yang jelas, yang pada akhirnya tergantung pada jaminan yang diberikan oleh karyawan. Kepastian ini mencakup kecepatan, ketepatan, dan

kemudahan pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2001: 69). Kinerja yang baik dari karyawan dalam memberikan pelayanan yang handal, mandiri, dan profesional akan menghasilkan kepuasan konsumen. Perilaku pribadi karyawan dalam memberikan pelayanan juga berperan penting dalam membentuk karakter pelayanan yang positif dan berkualitas (Margaretha, 2003: 201).

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi bertujuan untuk menarik minat konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Kualitas pelayanan memiliki dampak besar terhadap tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan model *Servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988), kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi, yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap.

a. Keandalan (*Reability*)

Reability merupakan usaha organisasi untuk memberikan pelayanan secara tepat kepada pelanggan. Konsumen dapat mengandalkan bahwa layanan yang di terima sesuai ekspektasi yang di harapkan

b. Jaminan (*Assurance*)

Assurance mengusahakan agar pelanggan memiliki kepercayaan terhadap perusahaan melalui pengetahuan, keahlian, dan keterampilan staf dalam mewujudkan keinginan konsumen.

c. Nyata (*Tangibles*)

Tangibles merupakan bukti yang dapat diperhatikan oleh konsumen seperti fasilitas, peralatan, kualitas kebersihan, serta lingkungan.

d. Empati (*Empathy*)

Empati mencakup perhatian terhadap kebutuhan konsumen, seperti mendengarkan, membantu menemukan Solusi, tidak mengabaikan konsumen.

e. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness merupakan pemberian respon yang tepat waktu kepada pelanggan. Dengan waktu respon yang cepat, kesiapan staf, dan kemauan untuk membantu melayani konsumen.

Mcdonald's, terdapat tiga aspek penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen, Kecepatan pelayanan, sikap karyawan, dan konsistensi produk. Pelayanan cepat dan efisien akan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Pelayanan cepat dan efisien serta sikap ramah kepada konsumen dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen

(Zeithalm et al,2013). Kecepatan adalah salah satu indikator utama pada industry layanan, khususnya restoran ceoat saji (Lovelock & Wirtz, 2016). Kecepatan pelayanan mempengaruhi pengalaman dalam kepuasan konsumen di Mcdonald's. Dengan terkenalnya karakteristik Mcdonald's sebagai restoran cepat saji, konsumen berharap bahwa makanan yang disajikan cepat, terutama pada waktu sibuk seperti makan siang dan makan malam. Mcdonald's mengoptimalkan system pemesanan dan penyajian makanan dengan teknologi yang mendukung efisiensi dan tepat waktu dengan menyediakan mesin pemesanan mandiri (*self-order*) serta manajemen antrian yang terintegrasi. Proses ini memungkinkan konsumen untuk memesan dan menerima makanan dalam waktu yang ceoat dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Sikap karyawan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Karyawan menunjukkan sikap ramah, dan memberikan solusi terhadap keluhan dan permintaan khusus dari konsumen dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Sikap karyawan dalam industry layanan mempengaruhi persepsi kualitas pelayanan dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Carman,1990). Konsistensi dalam produk dan layanan yang diberikan merupakan hal yang krusial dalam menjaga kepuasan pelanggan (Huang & Liu, 2017). Keandalan dan konsistensi produk menjadi penting untuk diperhatikan. Konsumen datang ke Mcdonald's dengan harapan makanan yang dipesan konsisten dalam hal rasa dan pelayanan yang diberikan. Mcdonald berusaha menjaga standar kualitas untuk semua yang di tawarkan. Kenyamanan fasilitas juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Fasilitas seperti kebersihan restoran, kenyamanan tempat duduk, dan lingkungan yang ramah keluarga menjadi prioritas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Ketika berada di restoran Mcdonald's. Oleh karena itu, Mcdonald's memastikan memberikan fasilitas dan pelayanan yang baik untuk menjaga Kepuasan Pelanggan, sehingga konsumen ingin datang dan Kembali ke Mcdonald.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kualitas pelayanan adalah faktor kunci dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen, terutama di industri restoran cepat saji seperti McDonald's. Dimensi pelayanan seperti kecepatan, responsivitas, dan sikap staf memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman positif pelanggan. Pelayanan yang cepat dan efisien menjadi prioritas utama untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang mengutamakan kenyamanan dan waktu. Responsivitas staf, baik dalam menangani keluhan maupun memenuhi permintaan, mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian

menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten berdampak langsung pada kepuasan, pembelian ulang, dan loyalitas pelanggan, sekaligus memperkuat citra merek. McDonald's terus memprioritaskan pelatihan staf untuk memastikan pelayanan yang ramah dan profesional, sekaligus mengintegrasikan teknologi seperti kios digital dan aplikasi seluler untuk menghadirkan pengalaman yang lebih praktis dan modern.

Seiring dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin dinamis, McDonald's terus berinovasi untuk mempertahankan daya saingnya. Inovasi seperti layanan pengantaran makanan melalui mitra seperti GrabFood dan GoFood memberikan kemudahan tambahan bagi pelanggan, terutama di era di mana kenyamanan menjadi faktor utama. Selain itu, McDonald's juga mulai mengadopsi praktik yang lebih ramah lingkungan, seperti mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, untuk menarik perhatian konsumen yang lebih peduli terhadap isu keberlanjutan. Langkah-langkah ini tidak hanya mencerminkan kepedulian McDonald's terhadap preferensi konsumen tetapi juga memastikan relevansi dan daya tariknya sebagai salah satu pemimpin industri restoran cepat saji di tengah persaingan global.

DAFTAR REFERENSI

- Apriasty, I., & Simbolon, M. E. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga (Literature strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 135-145.
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen UNMER*, 3(1), 120-134.
- Gasmi, A. M., Teguh, H., Daengs, A. G., Karnain, B., Sugiharto, D., Dewi, R., & Wiyasa, I. G. (n.d.). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen McDonald's Darmo Surabaya. *JURNAL JUMMA45*, 2(2), 312-330.
- Hakim, L. N. (2021). Effect of product quality and service quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (Case study on the Tirta Jasa Lampung Selatan regional company (PDAM)). *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance*, 1(1), 48-56.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 413-423.
- Kusuma, R. A., & Widodo, T. (2021). Pengaruh kompetensi karyawan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada restoran cepat saji. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 16(2), 78-89.

- Lahat, H. S. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mie Ayam Golek Tegar Lahat. *Jurnal Ilmiah GEMA EKONOMI*, 13(1 April), 2113-2120.
- Prasetyo, A., & Rahayu, S. (2022). Inovasi teknologi dalam layanan restoran cepat saji: Studi pada McDonald's Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 9(1), 33-45.
- Rahman, M., & Aziz, A. (2023). Customer loyalty in the fast-food industry: A case study of McDonald's. *Journal of Consumer Research and Marketing*, 15(3), 101-112.
- Rondonuwu, G. (2014). Tingkat kepuasan konsumen di restoran McDonald's Manado. *Sam Ratulangi University*, 4(3).
- Sinollah, & Masruro. (2019). Pengukuran kualitas pelayanan (Servqual ± Parasuraman) dalam membentuk kepuasan pelanggan sehingga tercipta loyalitas pelanggan (Studi kasus pada Toko Mayang Collection Cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45-64.
- Sopiyana, M., & Budiman, S. A. (2023). Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan dompet digital terhadap keputusan pembelian pada restoran fast food McDonald Jabodetabek tahun 2022. *Prosiding SENANTIAS: Seminar Nasional Hasil Penelitian dan PkM*, 4(1), 1125-1133.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (Edisi ke-2, Cetakan ke-2). CV.
- Suryadi, H., & Kurniawan, F. (2020). Pengaruh adaptasi budaya terhadap kepuasan pelanggan: Studi kasus McDonald's di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 22-35.
- Widjoyo, I. O., Rumambi, L. J., & Kunto, Y. S. (2013). Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan drive thru McDonald's Basuki. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1-15.