

# KEPUASAN PELANGGAN GENERASI Z DI KFC LIPPO VILLAGE PADA MASA PANDEMI COVID-19

Kevin Gustian Yulius<sup>\*1</sup>, Agatha Putri Wikumala<sup>2</sup>, Priscillia<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Pariwisata, Universitas Pelita Harapan

**E-mail:** kevin.yulius@uph.edu\*

**Abstract:** Customer satisfaction is an important factor in the sustainability of a business, especially in the service industry. This study analyzes the factors that influence customer satisfaction at a fast food restaurant, KFC, in Lippo Village, Tangerang. The unit of analysis in this study is the Z generation, which has different satisfaction determinants from the previous generation. The four independent variables used are food quality, service quality, physical environment quality, and the COVID-19 health protocol. This research is an explanatory research that explain the relationship between the four independent variables and one dependent variable partially and simultaneously. The sampling technique is non-probability sampling with purposive sampling and the time dimension in this study is cross-sectional, where samples are taken at a certain time period, namely in 2022. The research instrument used is a questionnaire which is distributed online and the data results are processed using IBM SPSS 25 software. The results indicate that the four independent variables have a significant influence on customer satisfaction partially and simultaneously, but with a coefficient of determination below 50%. Subsequent research is suggested to add the independent variables used in the model or consider using customer satisfaction as an intervening variable.

**Keywords:** food quality, service quality, physical environment, health protocol, customer satisfaction

**Abstrak:** Kepuasan pelanggan adalah faktor penting dalam keberlanjutan suatu bisnis, terutama dalam industri pelayanan. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran cepat saji, KFC, di Lippo Village, Tangerang. Unit analisis dalam penelitian ini adalah generasi Z, yang memiliki faktor-faktor penentu kepuasan yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Empat variabel independen yang digunakan adalah, kualitas makanan, kualitas pelayanan, kualitas lingkungan fisik, dan protokol kesehatan COVID-19. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori yang akan menjelaskan hubungan antara empat variabel independen dan satu variabel dependen secara parsial dan simultan. Teknik pengambilan sampel adalah non-probability sampling dengan purposive sampling dan dimensi waktu dalam penelitian ini adalah cross-sectional, dimana sampel diambil pada periode waktu tertentu, yaitu pada tahun 2022. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan secara daring dan hasil datanya diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan kalau keempat variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan, namun dengan nilai koefisien determinasi di bawah 50%. Penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen yang digunakan dalam model atau mempertimbangkan penggunaan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

**Kata Kunci:** kualitas makanan, kualitas pelayanan, kualitas lingkungan fisik, protokol kesehatan, kepuasan pelanggan

## PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak signifikan pada industri makanan cepat saji. Salah satu merek makanan cepat saji yang terkenal di seluruh dunia adalah KFC. KFC Lippo

Village, salah satu cabang KFC di Tangerang, Indonesia, juga terpengaruh oleh pandemi. Seiring dengan perubahan gaya hidup dan penyesuaian dengan situasi pandemi, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di KFC Lippo Village selama masa pandemi COVID-19 menjadi perhatian utama dalam penelitian ini. Kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam industri makanan cepat saji, terutama di era digital yang semakin maju. Pelanggan KFC Lippo Village yang menjadi subjek penelitian adalah generasi Z. Generasi ini adalah konsumen yang memerlukan informasi instan dan penawaran produk yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks generasi Z dapat membantu KFC Lippo Village untuk meningkatkan kualitas layanan dan makanan yang mereka tawarkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran cepat saji terdiri dari kualitas makanan, kualitas layanan, kualitas lingkungan fisik, dan protokol kesehatan COVID-19 (Rajput & Gahfoor, 2020; Shabaz et al., 2020). Faktor-faktor ini sangat penting dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan dan memberikan pengalaman makan yang memuaskan selama masa pandemi. Dalam konteks pandemi COVID-19, protokol kesehatan menjadi faktor yang penting untuk memastikan kesehatan dan keselamatan pelanggan dan karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan KFC Lippo Village selama masa pandemi COVID-19. Dalam penelitian ini, akan dilakukan survei dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari pelanggan KFC Lippo Village. Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode statistik untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di KFC Lippo Village selama masa pandemi COVID-19, dapat diambil langkah-langkah untuk meningkatkan pengalaman makan pelanggan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan memperbaiki kualitas makanan, layanan, lingkungan fisik, dan protokol kesehatan COVID-19. Dalam jangka panjang, penelitian ini dapat membantu KFC Lippo Village dan merek makanan cepat saji lainnya dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, terutama di era pandemi dan setelahnya.

Kajian teoretis yang digunakan sebagai referensi penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan di restoran cepat saji adalah salah satu indikator utama kualitas layanan dan produk yang diberikan kepada pelanggan (Rajput & Gahfoor, 2020). Konsep ini mengacu pada perasaan positif dan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah mereka mengonsumsi makanan dan minuman di restoran cepat saji. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas makanan dan minuman, kualitas pelayanan, lingkungan fisik restoran, dan harga yang ditawarkan (Le et al., 2022; Yulius et al., 2022). Ketika pelanggan merasa puas dengan pengalaman makan mereka di restoran cepat saji, mereka akan cenderung kembali ke restoran tersebut dan merekomendasikan restoran tersebut kepada teman dan keluarga (Suyanto et al., 2023). Restoran cepat saji harus memahami konsep kepuasan pelanggan untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka (Shamsudin et al., 2020). Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan umpan balik pelanggan, melakukan riset pasar, dan memperhatikan tren konsumen (Uddin, 2019; Slack et al., 2020). Restoran cepat saji juga harus berfokus pada kepuasan pelanggan sebagai bagian dari strategi bisnis mereka dan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama dalam setiap aspek operasional (Kristiawan et al., 2021). Dengan memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan, restoran cepat saji dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka (Mason et al., 2014; Singh et al., 2021).

Selama masa pandemi COVID-19, kepuasan pelanggan di restoran cepat saji menjadi lebih penting daripada sebelumnya (Ong et al., 2022). Pelanggan mungkin memiliki kekhawatiran dan kebutuhan yang berbeda saat mengunjungi restoran, seperti protokol kesehatan yang ketat, kebersihan dan sanitasi yang lebih baik, serta pengalaman makan yang lebih aman dan nyaman. Restoran cepat saji yang dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan pelanggan dan memberikan pengalaman makan yang aman dan memuaskan akan lebih sukses dalam menjaga pelanggan mereka selama masa pandemi ini (Ababneh et al., 2022). Oleh karena itu, restoran cepat saji perlu melakukan adaptasi dan perubahan dalam strategi bisnis mereka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan selama masa pandemi COVID-19 (Ng et al., 2022).

### **Kualitas Makanan**

Kualitas makanan di restoran cepat saji memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan mengharapkan kualitas makanan yang baik dari restoran cepat saji, terutama dalam hal rasa dan tekstur (Rashid et al., 2014). Restoran cepat saji harus memastikan bahwa makanan yang disajikan memenuhi standar kualitas untuk memuaskan pelanggan (Rajput & Gahfoor, 2020). Ketika pelanggan merasa puas dengan kualitas makanan yang disajikan, mereka cenderung kembali ke restoran cepat saji tersebut dan merekomendasikan restoran tersebut kepada teman dan keluarga mereka (Wibisono & Lukito, 2020). Sebaliknya, ketika pelanggan merasa kecewa dengan kualitas makanan, mereka cenderung tidak kembali lagi dan bahkan memberikan ulasan negatif yang dapat merusak reputasi restoran cepat saji (Zibarzani et al., 2022). Selama masa pandemi COVID-19, kualitas makanan juga menjadi penting karena pelanggan lebih memperhatikan kebersihan dan sanitasi makanan yang disajikan (Gargiulo et al., 2022). Restoran juga harus mematuhi regulasi pemerintah dalam menjaga kualitas kebersihan dan keamanan makanan. Restoran cepat saji harus memastikan bahwa makanan yang disajikan aman untuk dikonsumsi dan memenuhi standar kebersihan dan sanitasi yang ketat untuk mencegah penyebaran COVID-19 (Vandenhoute et al., 2022). Selain itu dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, restoran cepat saji harus terus memperhatikan dan memperbaiki kualitas makanan yang disajikan. Restoran cepat saji harus mengikuti tren dan perkembangan terbaru dalam dunia kuliner, serta memperhatikan umpan balik dari pelanggan untuk memperbaiki menu dan kualitas makanan (Chun & Nyam-Ochir, 2020). Dengan memberikan kualitas makanan yang baik dan memuaskan, restoran cepat saji dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka (Farooqui & Alwi, 2019).

### **Kualitas Layanan**

Kualitas layanan di restoran cepat saji selama pandemi COVID-19 menjadi sangat penting karena pelanggan harus merasa aman dan nyaman saat mengunjungi restoran (Astina et al., 2022). Restoran cepat saji harus memberikan layanan yang ramah dan profesional kepada pelanggan meskipun dalam situasi pandemi (Nuryanto & Farida, 2020). Selain itu, restoran cepat saji harus memberikan pelatihan kepada stafnya tentang protokol kesehatan COVID-19, seperti penggunaan masker dan pelindung wajah, jarak sosial, dan cara menjaga kebersihan dan sanitasi di restoran. Selain itu, restoran cepat saji harus menyesuaikan layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan selama masa pandemi. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pilihan layanan yang lebih fleksibel seperti layanan pengiriman, layanan drive-thru, atau pemesanan online. Restoran cepat saji juga harus memperhatikan keamanan dan kenyamanan lingkungan fisik restoran, seperti penyediaan dispenser hand sanitizer, penataan meja yang memperhatikan jarak sosial, serta membatasi jumlah pelanggan yang masuk ke dalam restoran (Macabenta et al., 2022). Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan di restoran cepat saji selama pandemi COVID-19, restoran cepat saji harus terus memperhatikan umpan balik dari pelanggan dan melakukan evaluasi secara berkala. Hal ini dapat membantu

restoran cepat saji untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka dan menjaga kepercayaan pelanggan (Slack et al., 2020). Dengan memberikan layanan yang aman, nyaman, dan profesional, restoran cepat saji dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka.

### **Kualitas Lingkungan Fisik**

Kualitas lingkungan fisik di restoran cepat saji sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan mengharapkan lingkungan fisik yang nyaman dan menarik untuk meningkatkan pengalaman makan mereka di restoran cepat saji (Sayuti & Setiawan, 2019). Kualitas lingkungan fisik mencakup desain interior, penataan ruang, pencahayaan, dan dekorasi yang ada di dalam restoran (Rajput & Gahfoor, 2020). Restoran cepat saji harus memperhatikan desain interior yang ergonomis dan menarik untuk membuat pelanggan merasa nyaman dan kerasan di dalam restoran. Selain itu, restoran cepat saji harus memperhatikan pencahayaan dan suara yang tidak mengganggu pelanggan saat makan. Hal ini dapat menciptakan atmosfer yang nyaman dan memungkinkan pelanggan untuk menikmati makanan dengan baik (Zhong & Moon, 2020). Dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, restoran cepat saji harus terus memperhatikan kualitas lingkungan fisik restoran mereka. Restoran cepat saji dapat memperbarui desain interior dan dekorasi, mengubah penataan ruang untuk menciptakan atmosfer yang lebih nyaman, serta memperhatikan sanitasi dan kebersihan restoran. Dengan memberikan lingkungan fisik yang nyaman dan menarik, restoran cepat saji dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membuat mereka lebih ingin kembali lagi (Rahman et al., 2019).

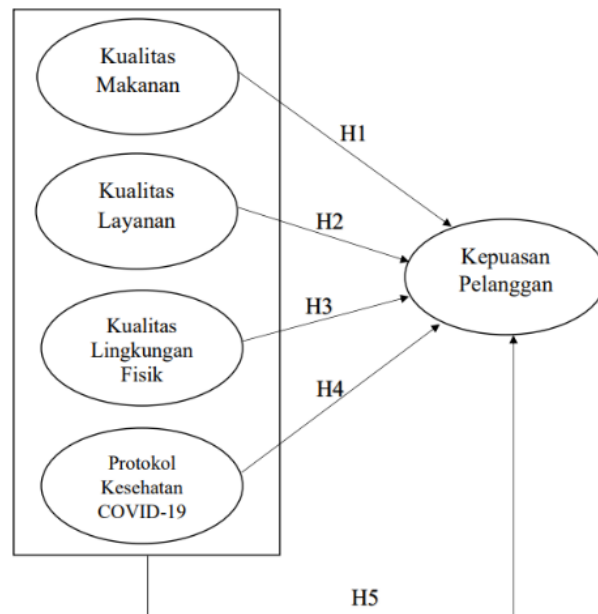
### **Protokol Kesehatan COVID-19**

Protokol kesehatan COVID-19 di restoran cepat saji adalah hal yang penting untuk dipatuhi dalam rangka memastikan keselamatan pelanggan dan karyawan restoran (Ong et al., 2022). Protokol ini mencakup aturan dan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh restoran cepat saji untuk memastikan bahwa makanan dan lingkungan restoran aman dari penyebaran COVID-19. Beberapa contoh protokol kesehatan yang dilakukan oleh restoran cepat saji selama pandemi COVID-19 adalah (Macabenta et al., 2022):

1. Menjaga jarak sosial antara pelanggan dan karyawan restoran
2. Mewajibkan penggunaan masker oleh karyawan dan pelanggan restoran
3. Melakukan cuci tangan dan sanitasi secara rutin oleh karyawan dan pelanggan restoran
4. Melakukan pengecekan suhu tubuh bagi karyawan dan pelanggan restoran
5. Membersihkan dan mendesinfeksi area restoran secara rutin

Pelanggan restoran cepat saji juga memperhatikan protokol kesehatan yang dilakukan oleh restoran dalam rangka memastikan keselamatan mereka saat makan di restoran (Vandenhoute et al., 2022). Pelanggan yang merasa aman dan nyaman dengan protokol kesehatan yang dilakukan oleh restoran cepat saji cenderung lebih puas dengan pengalaman makan mereka di restoran tersebut. Sebaliknya, pelanggan yang merasa tidak aman dan tidak nyaman dengan protokol kesehatan yang dilakukan oleh restoran cepat saji dapat menurunkan kepuasan mereka dengan restoran tersebut (Ong et al., 2022). Restoran cepat saji harus memastikan bahwa protokol kesehatan yang dilakukan di restoran mereka aman dan efektif. Restoran juga wajib memperhatikan protokol kesehatan yang direkomendasikan oleh pemerintah dan organisasi kesehatan, serta memastikan bahwa karyawan dan pelanggan restoran patuh dengan protokol kesehatan yang ditetapkan (Lopez et al., 2022). Dengan memastikan protokol kesehatan yang baik, restoran cepat saji dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan dalam masa pandemi COVID-19 (Shabaz et al., 2020).

## Kerangka Pemikiran & Hipotesis



Gambar 1. Kerangka Pemikiran (Rajput & Gahfoor, 2020; Shabaz et al., 2020)

- H1: Kualitas Makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan  
H2: Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan  
H3: Kualitas Lingkungan Fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan  
H4: Protokol kesehatan COVID-19 memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan  
H5: Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Kualitas Lingkungan Fisik, dan Protokol kesehatan COVID-19 memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

## METODE

Penelitian ini termasuk dalam penelitian korelasional, di mana peneliti menggunakan analisis statistik korelasional untuk menggambarkan hubungan antara dua variabel atau lebih. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan asosiatif dengan hubungan kausal, yang membentuk rumusan masalah mengenai hubungan antara satu variabel dengan variabel lain atau seringkali disebut penelitian eksplanatori. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Dimensi waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah cross-sectional. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non-probability sampling, tepatnya purposive sampling, dengan syarat menjadi sampel adalah pernah mengunjungi KFC Lippo Village dan makan di tempat pada tahun 2022, serta merupakan anggota generasi Z. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner daring dengan total 36 indikator, sehingga membutuhkan minimal responden 180 orang (Hair et al., 2019). Pengolahan data primer akan dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS 25. Uji kualitas data atau instrumen akan dilakukan dengan mengukur validitas dan reliabilitas instrumen. Setelah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, maka akan dilakukan uji normalitas agar memenuhi syarat untuk melakukan regresi linear berganda. Uji hipotesis akan dilakukan secara parsial (uji t) dan simultan (uji F). Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), korelasi berganda, dan regresi linear berganda juga dilakukan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antara empat variabel independen dan satu variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah kuesioner disebar dan masa pengumpulan data selesai, peneliti mendapatkan 210 responden dan memutuskan untuk mengolah data dari seluruh kuesioner. Data dimasukkan ke dalam perangkat lunak IBM SPSS 25 untuk kemudian diolah dan dianalisis hasilnya. Untuk mempersingkat penulisan artikel, setiap variabel akan disingkat menjadi KM (Kualitas Makanan), KL (Kualitas Layanan), KF (Kualitas Lingkungan Fisik), PC (Protokol Kesehatan COVID-19), dan CS (Kepuasan Pelanggan). Analisis data dimulai dengan uji kelayakan data melalui uji validitas dan uji reliabilitas, dan dilanjutkan dengan uji normalitas.

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi Pearson atau  $r$  hitung tiap indikator dengan nilai  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung lebih besar daripada nilai  $r$  tabel, maka indikator dinyatakan valid, dan sebaliknya. Nilai  $r$  tabel untuk 210 responden dengan  $df=2$  dan tingkat kesalahan 5% adalah 0,1354. Melalui uji validitas, seluruh indikator dinyatakan valid, dan interpretasi hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Indikator	r hitung	r tabel	Deskripsi	Indikator	r hitung	r tabel	Deskripsi
KM1	0,499		VALID	PC1	0,614		VALID
KM2	0,391		VALID	PC2	0,618		VALID
KM3	0,497		VALID	PC3	0,563		VALID
KM4	0,632		VALID	PC4	0,529		VALID
KM5	0,609		VALID	PC5	0,432		VALID
KM6	0,549		VALID	CS1	0,587	0,1354	VALID
KM7	0,639		VALID	CS2	0,532		VALID
KM8	0,555		VALID	CS3	0,464		VALID
KL1	0,534		VALID	CS4	0,539		VALID
KL2	0,541		VALID	CS5	0,575		VALID
KL3	0,397		VALID	CS6	0,524		VALID
KL4	0,526		VALID				
<b>KL5</b>	0,579	0,1354	VALID				
<b>KL6</b>	0,481		VALID				
<b>KL7</b>	0,418		VALID				
<b>KL8</b>	0,539		VALID				
<b>KL9</b>	0,373		VALID				
<b>KF1</b>	0,526		VALID				
<b>KF2</b>	0,412		VALID				
<b>KF3</b>	0,502		VALID				
<b>KF4</b>	0,547		VALID				
<b>KF5</b>	0,504		VALID				
<b>KF6</b>	0,557		VALID				
<b>KF7</b>	0,502		VALID				
<b>KF8</b>	0,543		VALID				

Sumber: Hasil Olahan Data, 2022

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah suatu alat ukur dapat diandalkan atau tidak. Penelitian ini menggunakan nilai 0,70 sebagai acuan untuk dibandingkan dengan hasil Koefisien Alpha Cronbach dari alat ukur yang digunakan. Jika koefisien reliabilitas > 0,70 maka secara keseluruhan alat ukur dinyatakan reliabel, dan sebaliknya. Hasil pada tabel 2 menunjukkan kalau instrumen yang digunakan dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Koefisien Alpha Cronbach	No Item
<b>0,845</b>	36

Sumber: Hasil Olahan Data, 2022

### Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		Pengujian Pertama
N		210
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,38537619
Most Extreme Differences	Absolute	0,053
	Positive	0,030
	Negative	-0.053
Test Statistic		0.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Sumber: Hasil Olahan Data (2022)

Pada tabel 3, nilai signifikansi data adalah 0,200 dan lebih besar dari standar yang ditetapkan, yaitu 0,05. Jadi data dapat dinyatakan terdistribusi secara normal. Setelah memenuhi syarat validitas, reliabilitas, dan normalitas, maka uji hipotesis dan korelasi dapat dilakukan.

### Uji Hipotesis Parsial & Simultan

Pada uji t atau uji hipotesis parsial, hipotesis diterima jika t-hitung lebih besar dari pada t-tabel. Untuk menentukan df pada t-tabel menggunakan rumus  $n - k$ , di mana n menyatakan jumlah responden dan k menyatakan jumlah variabel. Maka nilai t-tabel dengan  $df = 205$  dan margin error = 0,05 adalah 1,652. Tabel 4 di bawah ini menunjukkan hasil uji hipotesis parsial.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Parsial

Variabel	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	4,105	1,812	2,266	0,025
Kualitas makanan	0,151	0,052	2,875	0,004
Kualitas layanan	0,211	0,048	4,364	0,000
Kualitas lingkungan fisik	0,144	0,053	2,707	0,007
Protokol kesehatan COVID-19	0,172	0,067	2,562	0,011

Sumber: Hasil Olahan Data (2022)

Pada tabel 4 dapat diperhatikan bahwa nilai t-hitung untuk setiap hipotesis lebih besar daripada nilai t-tabel 1,652 dan nilai signifikansi tiap hipotesis lebih kecil dari 0,05. Artinya seluruh hipotesis yang diajukan diterima, dan setiap variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Begitu pula dengan uji hipotesis simultan yang ditunjukkan pada tabel 5 berikut ini.

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Simultan**

	<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
<b>1</b>	Regression	800,9810	4	200.245	34,519	0,000
	Residual	118,2140	205	5,801		
	Total	1990,1950	209			

Sumber: Hasil Olahan Data (2022)

Tabel 5 menunjukkan hasil uji F atau uji hipotesis simultan, dimana nilai F hitung 34,519 lebih besar daripada nilai F tabel, yaitu 2,415 dengan nilai signifikansi yang di bawah 0,05. Artinya uji hipotesis simultan diterima, dan seluruh variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen, kepuasan pelanggan. Berikutnya dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi dan analisis regresi linear berganda.

### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
<b>1</b>	0,634	0,402	0,391	2,409

Sumber: Hasil Olahan Data (2022)

Tabel 6 menunjukkan hasil uji koefisien determinasi atau R<sup>2</sup> dari model yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai koefisien determinasi yang didapatkan adalah 0,402 atau 40,2%, yang artinya kualitas makanan, kualitas pelayanan, kualitas lingkungan fisik, dan protokol kesehatan COVID-19 mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di KFC Lippo Village sebesar 40,2%. Sisa 59,8% pengaruh diakibatkan oleh variabel independen lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti atmosfer, harga, persepsi terhadap harga, *brand image*, dan persepsi terhadap risiko penularan COVID-19 (Chun & Nyam-Ochir, 2020; Sochenda, 2021; Bernarto et al., 2022; Yulius et al., 2022).

### Regresi Linear Berganda

Hasil regresi linear berganda yang dilakukan untuk penelitian ini dapat dilihat kembali pada tabel 4. Berdasarkan data pada tabel tersebut, didapatkan formula regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,105 + 0,151 X_1 + 0,211 X_2 + 0,144 X_3 + 0,172 X_4 + e$$

Berikut adalah penjelasan dari formula regresi linear berganda:

- a. Konstanta = 4,105 menyatakan bahwa, jika variabel Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Kualitas Lingkungan Fisik, dan Protokol Kesehatan COVID-19 bernilai 0 maka nilai Kepuasan Pelanggan sebesar 4,105.
- b.  $b_1 = 0,151$  menyatakan bahwa, jika Kualitas Makanan bertambah 1 poin maka Kepuasan Pelanggan bertambah sebesar 0,151 dengan asumsi tidak ada penambahan variabel lainnya.
- c.  $b_2 = 0,211$  menyatakan bahwa, jika Kualitas Layanan bertambah 1 poin maka Kepuasan Pelanggan bertambah sebesar 0,211 dengan asumsi tidak ada penambahan variabel lainnya.
- d.  $b_3 = 0,144$  menyatakan bahwa, jika Kualitas Lingkungan Fisik bertambah 1 poin maka Kepuasan Pelanggan bertambah sebesar 0,144 dengan asumsi tidak ada penambahan variabel lainnya.
- e.  $b_4 = 0,172$  menyatakan bahwa, jika Protokol Kesehatan COVID-19 bertambah 1 poin maka Kepuasan Pelanggan bertambah sebesar 0,172 dengan asumsi tidak ada penambahan variabel lainnya.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini berjudul Kepuasan Pelanggan Generasi Z di KFC Lippo Village pada Masa Pandemi COVID-19 dan berusaha menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan generasi Z di sebuah restoran KFC di Lippo Village, Tangerang selama masa pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan empat variabel independen dan menganalisis pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan. Hasil dari uji hipotesis parsial dan simultan menunjukkan hasil yang positif, dimana keempat variabel independen, kualitas makanan, kualitas pelayanan, kualitas lingkungan fisik, dan protokol kesehatan COVID-19 mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rajput & Gahfoor (2020) mengenai kepuasan pelanggan di restoran cepat saji. Selain itu hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Shabaz et al (2020), dimana protokol kesehatan COVID-19 mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran pada masa pandemi. Penelitian serupa yang dilakukan pada masa pandemi juga menunjukkan hasil yang positif mengenai protokol kesehatan COVID-19 dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan atau minat kunjungan kembali (Guak et al., 2022; Vandenhoute et al., 2022; Yulius et al., 2022). Penelitian berikutnya dapat menggunakan variabel independen lain untuk memperluas fokus penelitian atau menjadikan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dengan variabel dependennya yaitu, minat kunjungan kembali atau word of mouth (Bernarto et al., 2022). Lokus penelitian dan dimensi waktu juga dapat diperluas agar hasil yang didapatkan lebih representatif untuk menggambarkan kondisi yang ada. Perbandingan kepuasan pelanggan antar generasi juga dapat dilakukan untuk memperlihatkan hasil yang lebih objektif. Untuk restoran cepat saji atau restoran pada umumnya, juga dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk menjaga standar kesehatan selama masa pandemi berlangsung. Walaupun pandemi COVID-19 sebentar lagi beralih menjadi endemi, namun penularan COVID-19 di lingkungan restoran harus tetap bisa dicegah dengan baik untuk menjaga kepercayaan terhadap merek KFC (Wei et al., 2021). Pemerintah juga harus bekerja sama dengan industri terutama industri pelayanan untuk menjaga kesehatan masyarakat dan keberlanjutan industri, dalam hal ini industri pariwisata dan restoran (Xu et al., 2022).

## DAFTAR RUJUKAN

- Ababneh, K. I., Ponnaiyan, S., Elmelegy, A. R., & Prybutok, V. (2022). Determinants of customer satisfaction and behavioral intentions in fast-food restaurants among undergraduate students during the COVID-19 pandemic. *Quality Management Journal*, 29(2), 104–124. <https://doi.org/10.1080/10686967.2022.2034491>
- Astina, I. N. G., Wirawan, P. E., Lim, H. Y., Sadipun, W. V., Jnanasara, I. A., Astuti, P. C. A., & Kurniawan, K. I. (2022). The effect of service quality on consumer satisfaction at fast food restaurants in Denpasar. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 8(1), 290–300. <https://doi.org/10.22334/jbhost.v8i1.372>
- Bernarto, I., Juliana, J., & Djakasaputra, A. (2022). What drives customer satisfaction? : Evidence from Customer Fast Food Restaurant Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.711>
- Chun, S.-H., & Nyam-Ochir, A. (2020). The effects of fast food restaurant attributes on customer satisfaction, revisit intention, and recommendation using DINESERV scale. *Sustainability*, 12(18), 7435. <https://doi.org/10.3390/su12187435>
- Farooqui, M., & Alwi, S. K. K. (2019). Fast food trend analysis by evaluating factors leading to customer satisfaction. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 55, 54–70. <https://doi.org/10.7176/jmcr/55-06>
- Gargiulo, A. H., Duarte, S. G., Campos, G. Z., Landgraf, M., Franco, B. D., & Pinto, U. M. (2022). Food safety issues related to eating in and eating out. *Microorganisms*, 10(11), 2118. <https://doi.org/10.3390/microorganisms10112118>
- Guak, J.-W., Oh, J.-E., & Cho, M.-S. (2022). A study on the factors affecting customer satisfaction with institutional foodservice during COVID-19. *Foods*, 11(7), 1053. <https://doi.org/10.3390/foods11071053>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning, EMEA.
- Kristiawan, Y., Hartoyo, H., & Suharjo, B. (2021). Customer satisfaction: Service quality or product quality (case study at fast food restaurant in Jabodetabek). *Binus Business Review*, 12(2), 165–176. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i2.6672>
- Le, T. M., Nguyen, V. K., Le, T. T., Nguyen, T. T., & Vu, K. N. (2022). Customer satisfaction and fast-food restaurants: An empirical study on undergraduate students. *Journal of Foodservice Business Research*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/15378020.2022.2056396>
- Mason, K., Jones, S., Benefield, M., & Walton, J. (2016). Building consumer relationships in the Quick Service Restaurant Industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 19(4), 368–381. <https://doi.org/10.1080/15378020.2016.1181508>
- Ng, J. Y., Ng, C. Q., Hilmin, S. N., Ng, C. Y., & Nasharuddin, N. F. (2022). Analysis of the impact of covid-19 pandemic on consumer satisfaction: A study of McDonald's Food Delivery. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*. <https://doi.org/10.32535/ijthap.v5i2.1588>
- Nuryanto, I., & Farida, I. (2020). The level of service quality of fast-food restaurants in Semarang. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 212–219. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v5i2.3700>
- Ong, A. K., Prasetyo, Y. T., Mariñas, K. A., Perez, J. P., Persada, S. F., Nadlifatin, R., Chuenyindee, T., & Buaphiban, T. (2022). Factors affecting customer satisfaction in fast food restaurant “jollibee” during the covid-19 pandemic. *Sustainability*, 14(22), 15477. <https://doi.org/10.3390/su142215477>
- Rahman, N. A. A., Morshidi, D. N. N. H. A., Hussein, N., & Rusdi, S. D. (2019). Relationship of Service Quality, Food Quality, Price, Physical Environment and Customer Satisfaction: An Empirical Evidence of a Fast Food Restaurant in Malaysia. *Malaysian*

- Journal of Business and Economics*, 2(2), 197–211.  
<https://doi.org/doi.org/10.51200/mjbe.v0i0.2128>
- Rajput, A., & Gahfoor, R. Z. (2020). Satisfaction and revisit intentions at fast food restaurants. *Future Business Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00021-0>
- Rashid, I. M., Sham Abdullah, M. F., Mohd Yusuf, B. N., & Shaari, M. S. (2014). Impact of service and food quality on customer satisfaction among generation Y for the fast food restaurant in Malaysia. *Journal of Social Science Research*, 5(2), 784–793.  
<https://doi.org/10.24297/jssr.v5i2.3380>
- Sayuti, J., & Setiawan, H. (2019). The effect of service quality, physical environment and restaurant images on consumer satisfaction through perception of value. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 3(3), 243–256.  
<https://doi.org/10.29259/sijdeb.v3i3.243-256>
- Shahbaz, M., Bilal, M., Moiz, A., Zubair, S., & Iqbal, H. M. N. (2020). Food safety and covid-19: Precautionary measures to limit the spread of coronavirus at Food Service and retail sector. *Journal of Pure and Applied Microbiology*, 14(suppl 1), 749–756.  
<https://doi.org/10.22207/jpam.14.spl1.12>
- Shamsudin, M. F., Yazid, M. F. M., Hasan, S., & Kadir, B. (2020). Review on service quality in fast food restaurant. Customer satisfaction as mediator. *Journal of Critical Reviews*, 7(16), 997–1006. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.16.128>
- Singh, G., Slack, N., Sharma, S., Mudaliar, K., Narayan, S., Kaur, R., & Sharma, K. U. (2021). Antecedents involved in developing fast-food restaurant customer loyalty. *The TQM Journal*, 33(8), 1753–1769. <https://doi.org/10.1108/tqm-07-2020-0163>
- Slack, N. J., Singh, G., Ali, J., Lata, R., Mudaliar, K., & Swamy, Y. (2020). Influence of fast-food restaurant service quality and its dimensions on customer perceived value, satisfaction and behavioural intentions. *British Food Journal*, 123(4), 1324–1344.  
<https://doi.org/10.1108/bfj-09-2020-0771>
- Sochenda, S. (2021). Modeling of Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Fast Food Industry. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 5(4), 409–433.
- Suyanto, B., Yulius, K. G., Julita, Djati, S. P., & Nurbaeti. (2023). Predictors of generation Z revisit intention to Mangkokku Restaurant during COVID-19 pandemic. *Enrichment : Journal of Management*, 12(6). <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i6.1185>
- Uddin, M. B. (2019). Customer loyalty in the fast food restaurants of Bangladesh. *British Food Journal*, 121(11), 2791–2808. <https://doi.org/10.1108/bfj-02-2019-0140>
- Vandenhaute, H., Gellynck, X., & De Steur, H. (2022). Covid-19 safety measures in the food service sector: Consumers' attitudes and transparency perceptions at three different stages of the pandemic. *Foods*, 11(6), 810. <https://doi.org/10.3390/foods11060810>
- Wei, C., Chen, H., & Lee, Y. M. (2021). Covid-19 preventive measures and restaurant customers' intention to dine out: The role of brand trust and perceived risk. *Service Business*, 16(3), 581–600. <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00462-9>
- Wibisono, T. D., & Lukito, N. (2020). Factors that influence word of mouth behavior in fast food restaurants. *Proceedings of the International Conference on Management, Accounting, and Economy (ICMAE 2020)*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200915.046>
- Xu, Y., Singh, S., Olson, E. D., & Jeong, E. H. (L. (2022). Consumers' perceived effectiveness of COVID-19 mitigation strategies in restaurants: What went well and what could we do better? *International Journal of Hospitality Management*, 103, 103206.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103206>
- Yulius, K. G., S. Millenia, A., V. Sutarna, D., & Y. Joselino, T. (2022). Pengaruh Persepsi konsumen atas Makanan Kaki lima sate Taichan Terhadap Minat Mengunjungi Kembali

- di Kawasan Senayan, Jakarta Selatan. *Jurnal Bangun Manajemen*, 1(1), 13–21. <https://doi.org/10.56854/jbm.v1i1.12>
- Zhong, Y., & Moon, H. C. (2020). What drives customer satisfaction, loyalty, and happiness in fast-food restaurants in China? perceived price, service quality, food quality, physical environment quality, and the moderating role of gender. *Foods*, 9(4), 460. <https://doi.org/10.3390/foods9040460>
- Zibarzani, M., Abumalloh, R. A., Nilashi, M., Samad, S., Alghamdi, O. A., Nayer, F. K., Ismail, M. Y., Mohd, S., & Mohammed Akib, N. A. (2022). Customer satisfaction with restaurants service quality during COVID-19 outbreak: A two-stage methodology. *Technology in Society*, 70, 101977. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101977>