

PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIRESTORAN KFC. (STUDI PADA KONSUMEN KFC PANDAAN)

Mukhammar Agung Ulil Amri¹, Antin Rakhmawati², Any Urwatul Wusko³

^{1,2,3}Universitas Yudharta Pasuruan

ulilamr01@gmail.com¹, antinrakhmawati@yudharta.ac.id², anieurwah@yudharta.ac.id³

Abstract

This research was conducted with the aim of finding out the effect of Halal Certification, Product Quality, Service Quality on Consumer Satisfaction at KFC Pandaan. The sample used in this research was consumers who made purchases at the KFC Pandaan restaurant with a total of 106 respondents. The research method in this research is the Quantitative Method and data is obtained from distributing questionnaires offline and online. Data processing was carried out using the SPSS version 23 application. The results obtained in this research were that the halal certification variable had no significant positive effect on the consumer satisfaction variable. Apart from that, the Product Quality variable, Quality has a significant positive effect on Consumer Satisfaction. Then, the simultaneous test shows that the variables Halal Certification, Product Quality, Service Quality have a significant positive effect on the Consumer Satisfaction variable.

Keywords: *Halal Certification Production Quality Service Quality Customer Satisfaction.*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di KFC Pandaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di restoran KFC Pandaan yang berjumlah 106 responden. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah Metode Kuantitatif dan data diperoleh dari penyebaran kuesioner secara offline dan online. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah variabel sertifikasi halal berpengaruh positif tidak signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Selain itu variabel Kualitas Produk, Kualitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kemudian uji simultan menunjukkan bahwa variabel Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Sertifikasi Halal Kualitas Produksi Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan.

I. PENDAHULUAN

Di Zaman yang semakin serba cepat, dan serba instan sering kita jumpai beberapa makan siap saji seperti Fried Chicken, Hamburger, Hot Dog dan masih banyak lagi. Maka dari itu beberapa perusahaan F&B, berlomba lomba menunjukkan kepada konsumen pelayanan ataupun

produk terbaik mereka, seperti halnya Mcdonald, Geprek Sai, Geprek Jhon, KFC dan masih banyak lagi, dari beberapa perusahaan F&B diatas mereka memiliki cara masing-masing dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen mereka, seperti halnya memberikan pelayan terbaik dengan contoh Pemesanan yang cepat kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen baik kualitas produk yang diberikan ataupun kualitas pelayanan yang diberikan restoran kepada konsumen, dengan harapan konsumen bisa merasakan kepuasan ketika membeli ataupun menggunakan produk dari perusahaan tersebut.

Ada beberapa hal yang menjadikan konsumen puas akan produk yang dirasakan menurut (Sembiring, et.al 2014) dalam penelitian mereka, berpendapat bahwa senjata utama restoran Fast Food adalah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. Hal ini bisa diartikan bahwa Restoran Fast Food baik itu KFC, Macdonald, Geprek sai dan lainnya mereka sangat menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan harapan konsumen betah dan membeli lagi dikemudian hari, tak hanya itu perusahaan F&B juga harus memperhatikan Ke Halalan Produk mereka yang dikonsumsi oleh Konsumen, karena karena melihat dengan banyaknya Mayoritas umat muslim yang ada di Indonesia.

Menurut survei data dari Kemendagri terhitung dari 2023 tahun lalu, umat Islam yang ada di Indonesia ini tercatat mencapai 244,41 juta jiwa atau sekitar 87,1% umat islam yang ada di Indonesia, hal ini juga menjadikan suatu acuan ketika perusahaan F&B yang hendak menjajahkan produknya alangkah lebih baiknya harus memiliki sertifikat halal. Dan menurut penelitian dari (C Faramida 2020) yang mengutip dari (Mahwiyah, 2010) menjelaskan Produk makanan yang tidak memiliki label halal pada kemasannya dianggap masih belum memiliki persetujuan dari LPPOM-MUI sehingga produk tersebut masih diragukan ke halalan nya dan akan membuat konsumen muslim ragu dalam melakukan keputusan pembelian pada produk tersebut.

Artinya sertifikasi halal bisa menjadi salah satu alasan kepuasan konsumen dikarenakan kebersihan akan makanan dan minuman yang dikonsumsi sudah melalui proses yang sudah diperiksa oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia) Maka ada beberapa hal yang memperkuat kepuasan konsumen yaitu merasa aman ketika mengkonsumsi produk tersebut. Terlepas dari itu, ada hal juga yang memungkinkan mempengaruhi Kepuasan konsumen, yaitu Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Kualitas Pelayan, Harga, Brand, dan masih banyak lagi, karena menurut yang tak kalah penting yakni Kualitas Produk dan Kualitas Pelayan, Kualitas Produk

adalah dimana suatu produk memiliki nilai tersendiri entah dari segi rasa maupun estetika suatu produk sehingga konsumen bisa merasakan produk yang dijual dengan sesuai penilaian konsumen.

Kualitas produk juga menjadi salah satu indikator dimana suatu konsumen puas atau kurang puas dengan produk dari perusahaan (Krisdayanti & Suyanto, 2021). yang harus diperhatikan pula yakni dari segi kualitas pelayanan, pasalnya kualitas pelayanan ini mungkin juga menjadi salah satu indikator keberpengaruhannya pada kepuasan konsumen. Dikarenakan konsumen akan menilai dari pelayanan yang diberikan apakah baik atau buruk. Hal ini juga memicu rasa puas dan nyaman konsumen, jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka pelayanan tersebut tergolong dengan sangat berkualitas atau memuaskan, sebaliknya ketika pelayanan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen maka pelayanan tersebut bisa dikatakan kurang baik atau kurang memuaskan (Ludiansyah et al., 2023). Maka yang harus dilakukan oleh perusahaan bisa melakukan survei kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan cara memberikan kritik atau saran pada pelayanan yang diberikan.

Contohnya bisa membuat media melalui kotak saran yang ada pada restoran maupun aplikasi yang telah disediakan oleh perusahaan, dan ini akan memicu perusahaan untuk terus melakukan evaluasi yang harus dibenahi perusahaan. Sehingga untuk kedepannya perusahaan bisa memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen. Di Indonesia sendiri bisnis *fried chicken* sangat pesat sekali dikarenakan banyaknya masyarakat Indonesia yang suka dengan olahan dari ayam ini mulai dari ayam bakar, kentucky, dan lain sebagainya. BPS mencatat, produksi daging ayam di Indonesia mencapai 3,42 juta ton pada 2021.

Sementara, produksi daging sapi dan kerbau masing-masing 437,78 ribu ton dan 20,97 ribu ton sepanjang tahun lalu. Dikarenakan banyaknya peminat olahan ayam ini, maka banyak pula pelaku usaha yang bergerak dibidang penjualan pengelolaan dari daging ayam contohnya seperti Sabana, Geprek Jon, KFC dan masih banyak lagi.

Dengan banyaknya brand yang menjual olahan ayam ini jelas memiliki karakteristik masing masing dalam segi pelayanan maupun produk yang dipasarkan. KFC merupakan salah satu perusahaan multi nasional yang bergerak dibidang fast food yang sangat terkenal dengan jargonya yakni “Jagonya Ayam” dengan banyaknya cabang yang tersebar di seluruh dunia.

Hal ini menunjukkan betapa kuatnya brand ini hingga bisa masuk ke berbagai negara yang ada di belahan dunia, Kualitas produk, layanan, dan fasilitas yang baik untuk konsumen. Tak hanya itu KFC juga sudah mendapatkan berbagai penghargaan yakni Indonesia WOW Brand Award 2017, Brand Asia Award 2017, Halal Award 2017 dan masih banyak lagi penghargaan yang didapatkan restoran siap saji ini.

Dan kenapa kemudian peneliti mengambil sertifikasi halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, dikarenakan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada pembeli KFC disimpulkan banyak para konsumen yang puas akan Cita rasa, pelayanan, hingga fasilitas yang ada pada restoran KFC, sedangkan untuk sertifikasi halal ini diambil dari beberapa referensi penelitian terdahulu. Variabel tersebut mempengaruhi suatu kepuasan konsumen dalam pembelian produk tersebut. Namun setiap konsumen juga memiliki cara penilaian yang berbeda atas kepuasan dari pembelian produk restoran KFC, sehingga belum tentu juga variabel tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen, bisa saja kepuasan tersebut dipengaruhi satu variabel, dua variabel ataupun lebih. Oleh karena itu peneliti harus memiliki pengetahuan variabel apa saja yang menjadi suatu kepuasan konsumen terhadap pembelian produk KFC ini, dan mengetahui variabel mana yang paling dominan dalam mempengaruhi suatu kepuasan konsumen dalam pembelian produk.

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif atau explanatory research. Menurut Zaluchu (2020) penelitian ini juga disebut dengan explanatory research yang artinya menjelaskan jawaban dari penelitian yang menjadi bahan kajian yang memiliki tujuan untuk menentukan hipotesis. Peneliti mendapatkan data dalam penelitian ini melalui data primer yang merupakan data hasil pengolahan yang dilakukan peneliti langsung dari responden. Dalam penelitian ini ada dua variabel yakni variabel independent dan variabel dependent. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keberpengaruh variabel Independent. Variabel Independent pada penelitian ini yaitu Sertifikasi halal (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Variabel dependen yaitu Kepuasan konsumen (Y)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur baik atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung setiap item (correlated item-total correlations) dengan nilai r tabel. Uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 untuk menentukan apakah suatu item layak atau tidak untuk digunakan yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi terhadap skor total (Ghozali, 2018)

Hasil Uji Validitas

NO	Variabel	Item	Koefisien Korelasi	R (Tabel)	Sig	Keterangan
	Sertifikasi Halal	X1.1	0,8700	0,3494	<0,001	VALID
		X1.2	0,9080	0,3494	<0,001	VALID
		X1.3	0,7930	0,3494	<0,001	VALID
	Kualitas Produk	X2.1	0,5710	0,3494	<0,001	VALID
		X2.2	0,6680	0,3494	<0,001	VALID
		X2.3	0,6070	0,3494	<0,001	VALID
		X2.4	0,6260	0,3494	<0,001	VALID
		X2.5	0,6720	0,3494	<0,001	VALID
		X2.6	0,6990	0,3494	<0,001	VALID
		X2.7	0,6560	0,3494	<0,001	VALID
		X2.8	0,7570	0,3494	<0,001	VALID
		X2.9	0,5620	0,3494	<0,001	VALID
		X2.10	0,5820	0,3494	<0,001	VALID
	Kualitas Pelayanan	X3.1	0,6580	0,3494	<0,001	VALID
		X3.2	0,6890	0,3494	<0,001	VALID
		X3.3	0,6160	0,3494	<0,001	VALID
		X3.4	0,7350	0,3494	<0,001	VALID
		X3.5	0,7420	0,3494	<0,001	VALID
		X3.6	0,7140	0,3494	<0,001	VALID

		X3.7	0,7970	0,3494	<0,001	VALID
	Kepuasan Konsumen	Y1.1	0,8300	0,3494	<0,001	VALID
		Y1.2	0,7800	0,3494	<0,001	VALID
		Y1.3	0,7430	0,3494	<0,001	VALID
		Y1.4	0,7050	0,3494	<0,001	VALID
		Y1.5	0,7730	0,3494	<0,001	VALID
		Y1.6	0,7950	0,3494	<0,001	VALID
		Y1.7	0,6940	0,3494	<0,001	VALID

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Uji Reabilitas

Reabilitas adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Dapat berupa pengukuran dari alat ukur yang sama akan memberikan hasil yang sama (Ghozali, 2018).

Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien	Keterangan
1	Sertifikasi Halal	0,799	0,60	Reliabel
2	Kualitas Produk	0,859	0,60	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan	0,856	0,60	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen	0,907	0,60	Reliabel

Sumber Diolah Peneliti (2024)

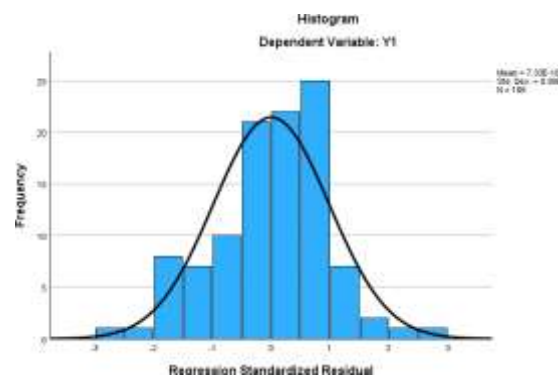
Hasil di tabel dapat disimpulkan hasil perhitungan dari masing-masing variabel memiliki

koefisien Cronbach Alpha $> 0,6$. Dalam hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang terdapat dalam tabel dinyatakan Reliabel.

Uji Normalitas

Uji Normalitas untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi ini berdistribusi normal (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan hasil Histogram dan P-P Plot of Regression Standardized Residual. Adapun hasil dari pengujian tersebut adalah sebagai berikut

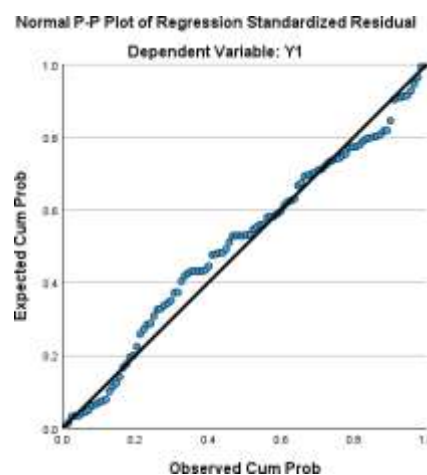
Hasil Uji Histogram



Sumber Diolah Peneliti (2024)

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa jika garis histogramnya berbentuk seperti gunung di tengah-tengah angka 0 dan berdekatan dengan garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas

Hasil Uji P Plot



Sumber Diolah Peneliti (2024)

Hasil dari gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik tersebut tersebar sesuai dengan dengan garis dan hasil tersebut berdistribusi normal

Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier (Ghozali, 2005).

Hasil Uji Linieritas

Variabel Independen	Variabel Dependen	Linearity	Keterangan
Sertifikasi Halal (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)	67.905	Linier
Kualitas Produk (X2)		169.974	Linier
Kualitas Pelayanan (X3)		207.838	Linier

Sumber Diolah Peneliti (2024)

Uji Linieritas dinyatakan lulus dan terdapat hubungan linier antara variable independent dan dependen sesuai tabel , dimana nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel.

Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independent (Ghozali, 2011). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai tolerance dan VIF.Apabila nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) maka tidak terjadi multikolinieritas. Adapun hasil dari penguji tersebutadalah sebagai berikut:

Hasil Uji Multikolineritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)			
SERTIFIKASI HALAL	.492		2.031
KUALITAS PRODUK	.277		3.611
KUALITAS PELAYANAN	.321		3.118

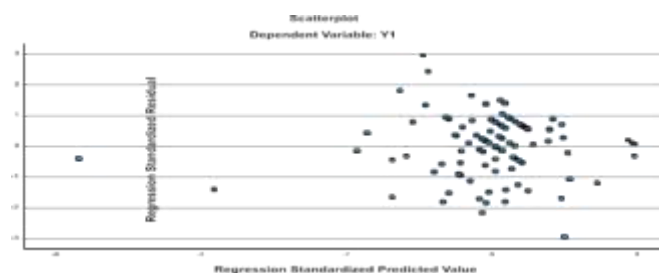
Sumber Diolah Peneliti (2024)

Hasil uji multikolineritas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolineritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan hasil gambar scatterplot sebagai berikut:

Hasil Heteroskedastisitas Scatterplot



Sumber Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan dari gambar diatas dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik- titik atau plot yang menyebar secara acak atau random baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Kesimpulan yang bisa diambil tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dengan terpenuhinya seluruh asumsi klasik regresi diatas, maka dapat dikatakan model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sudah layak. Sehingga dapat diambil interpretasi dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.309	1.903		.688	.493
	SERTIFIKASI HALAL	.036	.185	.016	.193	.848
	KUALITAS PRODUK	.318	.087	.398	3.671	<.001
	KUALITAS PELAYANAN	.488	.110	.447	4.431	<.001

Berdasarkan table diatas dapat dilihat nilai konstanta (nilai a) sebesar 1.309 dan untuk Sertifikasi halal (nilai b1) sebesar 0,016 sementara Kualitas Produk (nilai b2) sebesar 0,398 serta Kualitas pelayanan (nilai b3) sebesar 0,447 , sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1.309 + 0,016X_1 + 0,398X_2 + 0,447X_3 + e$$

Yang berarti :

1. Nilai Konstanta Kepuasan Konsumen (Y1) sebesar 1.309 yang menyatakan ,jika variable X1,X2,X3 Sama dengan nol yaitu Sertifikasi Halal,Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan maka Kepuasan konsumen adalah sebesar 1.309
2. Koefisien X1 sebesar 0,036 berarti, bahwa setiap peningkatan Variabel X1 (Sertifikasi halal) Sebesar 1% maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,036 (3,6%)

- sebaliknya jika terjadi penurunan variabel X1 (Sertifikasi Halal) maka Kepuasan konsumen akan menurun sebesar 0,036 (3,6%).
3. Koefisien X2 sebesar 0,381 berarti ,bahwa setiap peningkatan Variabel X2(Kualitas Produk) Sebesar 1% maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,381 (38,1%) sebaliknya jika terjadi penurunan variabel X1 (Kualitas Pelayanan) maka Kepuasan konsumen akan menurun sebesar 0,381(38,1%).
 4. Koefisien X3 sebesar 0,488 berarti ,bahwa setiap peningkatan Variabel X3(Kualitas Pelayanan) Sebesar 1% maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,381 (48,8%) sebaliknya jika terjadi penurusan variabel X3 (Kualitas Produk) maka Kepuasan konsumen akan menurun sebesar 0,488(48,8%).

Dari Uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Sertifikasi Halal,Kualitas Produk,Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen, selanjutnya dilakukan uji t dan uji f untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ditolak atau diterima. Adapun hasil dari pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

Uji T

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel independen (Sertifikasi Halal, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen) secara satu per satu atau persial.

a) Sertifikasi Halal

Hasil statistik uji-t variabel keamanan memberikan nilai t hitung sebesar 0.193, nilai signifikansi adalah 0.848 Lebih dari 0,05($0,848 > 0,05$), dan koefisien regresinya memiliki nilai positif sebesar 0,036 dalam hal ini maka hipotesis yang menyatakan bahwa Variabel X1(Sertifikasi Halal) tidak berpengaruh terhadap Y1(Kepuasan Konsumen). Tidak Diterima

b) Kualitas Produk

Hasil statistik uji-t variabel keamanan memberikan nilai t hitung sebesar 3,671 nilai signifikansi adalah $<0,01$ Kurang dari 0,05 ($0,01 < 0,05$), dan koefisien regresinya memiliki nilai positif sebesar 0,318 dalam hal ini maka hipotesis yang menyatakan bahwa Variabel X2(Kualitas Produk) berpengaruh terhadap Y1(Kepuasan Konsumen). DITERIMA

c) **Kualitas Pelayanan**

Hasil statistik uji-t variabel keamanan memberikan nilai t hitung sebesar 4,431, nilai signifikansi adalah $<0,01$ Kurang dari 0,05 ($0,01 < 0,05$), dan koefisien regresinya memiliki nilai positif, sebesar 4,431 dalam hal ini maka hipotesis yang menyatakan bahwa Variabel X3 (Kualitas Pelayanan) berpengaruh terhadap Y1 (Kepuasan Konsumen). DiTerima

Uji F

Uji Statistik F pada dasarnya mengukur apakah seluruh variabel termasuk Sertifikasi Halal, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan mempunyai dampak positif terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Restoran KFC Pandaan).

Berdasarkan hasil uji diperoleh F hitung sebesar 68.268 dan signifikansi $<0,001$. Karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini menyatakan: “Terdapat pengaruh Sertifikasi halal, Kualitas Produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi Pada Restoran KFC Pandaan).” Diterima.

Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.668	.658	2.511

Sumber Data diolah Peneliti (2024)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dapat disimpulkan Nilai Adjusted R Square (Koefisien Determinasi) Sebesar 0,658. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel Independen (X) Berpengaruh Terhadap Variabel dependen (Y).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada restoran KFC, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sertifikasi Halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada restoran KFC.

2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada restoran KFC.
3. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada restoran KFC.
4. Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran KFC Pandaan

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Fauzan, T. (2019). No Title.*
- Agustina, P. (2023). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Rocket Chicken di KabupatenKebumen. 1–8.*
- Amirotul fatin, N., & Shinta Dewi, R. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA VANAPRASTHA GEDONG SONGO PARK KABUPATEN SEMARANG. 024.*
- Arianto, D. P. H. (2020). PENGARUH PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPISAE.*
- Baihaqi, A., N.Rachma, & Slamet, A. rachmat. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kober Mie Setan Soekarno-Hatta Malang. 31–41.*
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(1), 211–224.*
- Faramida, C. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SERTIFIKAT HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENDENG ACEH GUNUNG SEULAWAH DI LUENG BATA KOTA BANDA ACEH.Satukan Tekad Menuju Indonesia Sehat.*
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG PADA KOSMETIK WARDAH (STUDI PADA KONSUMEN KOSMETIK WARDAH DI KOTA BATAM).3(1), 40–52.*
- Indrawati, S. A. (2023). PENGARUH SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY DAN HALAL LABEL TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION RESTORAN AYAM SAKO SRAGEN.*

- Krisdayanti, & Suyanto. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Sambal Lalap Di Samarinda. OBOR:Oikonomia Borneo*, 3(2), 1–12.
<https://doi.org/10.24903/obor.v3i2.1422>
- Kurniawati, D., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)*. 14(2), 1–9.
- Ludiansyah, R. A., Mardani, R. M., & Bastomi, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kesadaran Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Murtiasih Frozenfood di Kota Malang. Jurnal RisetManajemen*, 12(02), 699–708.
- Meliana, S. A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Restoran Cepat Saji Di Lampung (Study Konsumen Pada Restoran Cepat Saji)*.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market*. 3(1), 1–22.
- Sari, lutfia H., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO*. 12–22.
- Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). *PENGARUH KUALITASPRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studipada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang)*. 15(1), 1–10.
- Tiya, M., Suari, Y., Luh, N., Sayang, W., & Nyoman, N. (2019). *Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian*. 5(1), 26–33.
- Setapa, Mariam, et al. "Service Quality and Customer Satisfaction: Halal CertificateApplication in Malaysia." *Journal of Contemporary Social Science Research* 4.1 (2020): 39-48