



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI  
PRODUK TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN  
*KENTUCKY FRIED CHICKEN* DI PLAZA DEPOK**

SKRIPSI

Muhammad Rafi Ghafari

1502025169

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
JAKARTA  
2019



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI  
PRODUK TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN  
*KENTUCKY FRIED CHICKEN* DI PLAZA DEPOK**

SKRIPSI

Muhammad Rafi Ghafari

1502025169

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
JAKARTA  
2019

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *KENTUCKY FRIED CHICKEN* DI PLAZA DEPOK”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan, serta keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 19 Juli 2019

Yang Menyatakan,



METERAI  
RAKSI  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH

Muhammad Rafi Ghafari  
1502025169

## PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *KENTUCKY FRIED CHICKEN* DI PLAZA DEPOK**

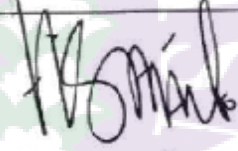
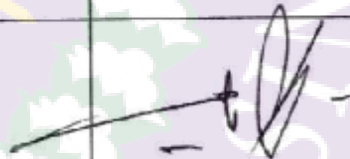
NAMA : **Muhammad Rafi Ghafari**

NIM : **1502025169**

PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

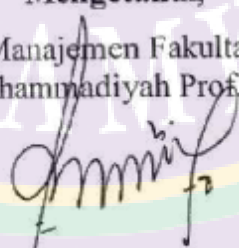
TAHUN AKADEMIK : **2019**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Eti Rochaeli, S.E., MM.	
Pembimbing II	Bambang Sumaryanto, MM.	

**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

  
Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *KENTUCKY FRIED CHICKEN*  
DI PLAZA DEPOK**

Yang disusun oleh:  
Muhammad Rafi Ghafari  
1502025169

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu  
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah  
Prof. DR. HAMKA  
Pada tanggal : 27 Agustus 2019

**Tim Penguji:**

Ketua, merangkap anggota :

(Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.)

Sekretaris, merangkap anggota :

(Dr. Budi Permama Yusuf, S.E., M.M.)

Anggota :

(Emaridial Ulza, S.E., M.A.)

**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Prof. DR. HAMKA

Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M

Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

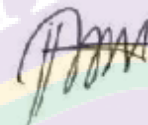
Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Rafi Ghafari  
NIM : 1502025169  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KENTUCKY FRIED CHICKEN DI PLAZA DEPOK ”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 19 Juli 2019  
Yang Menyatakan,



(Muhammad Rafi Ghafari)

## ABSTRAKSI

**Muhammad Rafi Ghafari (1502025169)**

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KENTUCKY FRIED CHICKEN DI PLAZA DEPOK**

*Skripsi, Program Strata Satu Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.*

**Kata Kunci :** *Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Kepuasan Pelanggan.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* di Plaza Depok.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada pelanggan KFC di Plaza Depok dan diukur menggunakan skala likert. Variabel yang diteliti adalah Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk sebagai variabel independen dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel dependen. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan *non probability sampling*. Teknik pengolahan dengan menggunakan bantuan *software SPSS (Statistical Product and Service Solutions)* versi 22 dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Model regresi linier berganda yang diperoleh yaitu  $\hat{Y} = 1,930 + 0,306 X_1 + 0,223 X_2 + e$ , hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi autokorelasi dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil analisis koefisien korelasi berganda antara variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,411, yang berarti terdapat hubungan sedang. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,576 > 1,98472$ . Sedangkan variabel variasi produk terhadap kepuasan pelanggan ada pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,453 > 1,98472$ . Secara simultan kualitas pelayanan dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $9,845 > 3,09$ .

## ABSTRACT

**Muhammad Rafi Ghafari (1502025169)**

***EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT VARIATION ON CUSTOMER SATISFACTION KENTUCKY FRIED CHICKEN AT DEPOK PLAZA***

*Final task, Bachelor Degree of management program on Faculty Economics and Business Of Muhammadiyah University Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.*

*Keywords: Service Quality, Product Variation, Customer Satisfaction.*

*This study uses a survey method with data collection techniques in the form of questionnaires conducted to KFC customers in Depok plaza and measured using a Likert scale. The variables studied were Service Quality and Product Variation as independent variables and Customer Satisfaction as the dependent variable. Samples taken as many as 100 respondents with non-probability sampling techniques. Processing techniques using SPSS software (Statistical Product and Service Solutions) version 22 and data analysis used in this study are the validity test, reliability test, descriptive statistical analysis, multiple linear regression analysis, classic assumption test, correlation coefficient analysis, coefficient analysis hypothesis determination and test. The multiple linear regression model obtained is  $\hat{Y} = 1,930 + 0,306 X_1 + 0,223 X_2 + e$ , the results of the classical assumption test show that residuals are normally distributed, multicollinearity does not occur, autocorrelation does not occur, and heteroscedasticity does not occur. The results of the analysis of the multiple correlation coefficient between Service Quality variables and Product Variation variables to Customer Satisfaction are 0.411, which means there is a moderate relationship. The results of the research partially showed that there was a positive and significant effect between service quality on customer satisfaction with a significance value of  $0,000 < 0,05$  and  $t_{count} > t_{table}$  or  $3,576 > 1,98472$ . While product variation variables on customer satisfaction have a positive and significant influence on purchasing decisions with a significance value of  $0,001 < 0,05$  and  $t_{count} > t_{table}$  or  $2,453 > 1,98472$ . Simultaneously the quality of service and product variations have a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of  $0,000 < 0,05$  and  $f_{count} > f_{table}$  or  $9,845 > 3,09$ .*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KENTUCKY FRIED CHICKEN DI PLAZA DEPOK”** dengan tepat waktu. Adapun tujuan dari penulisan ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Jakarta.

Selesai skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan semangat dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena atas segala rahmat dan izinnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Orang Tua, karena atas doa dan bimbingannya selama ini dapat membantu saya menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Prof. Dr. Gunawan Suryoputro, M.Hum., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dan jajarannya.
5. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Ibu Eti Rochaeti, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing I. Terimakasih atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Bambang Sumaryanto, MM. Selaku Dosen Pembimbing II. Terimakasih atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh staff KFC yang telah memberikan izin penelitian dan membantu kelancaran penelitian.

9. Kepada teman-teman di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah membantu saya dalam menyusun skripsi ini.
10. Semua pihak yang terikat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan kepada penulis. Semoga semua kebaikan yang telah kalian berikan dibalas oleh Allah SWT.

Penulis menyadari laporan ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan oleh peneliti. Akhir kata, penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan yang tidak disadari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Jakarta, 19 Juli 2019



Muhammad Rafi Ghafari

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI/INTISARI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan .....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	6
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	6
1.2.3 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Telaah Pustaka .....	22
2.2.1 Pengertian Manajemen.....	22
2.2.2 Pengertian Pemasaran .....	22

2.2.3	<i>Pengertian Manajemen pemasaran</i> .....	23
2.2.4	<i>Marketing 4.0</i> .....	24
2.2.5	<i>Pengertian Bauran Pemasaran</i> .....	26
2.2.6	<i>Kualitas Pelayanan</i> .....	28
2.2.6.1	<i>Pengertian Kualitas Pelayanan</i> .....	28
2.2.6.2	<i>Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan</i> .....	29
2.2.6.3	<i>Customer Care and Customer Service</i> .....	30
2.2.6.4	<i>Dimensi Kualitas Pelayanan</i> .....	32
2.2.6.5	<i>Indikator Kualitas Pelayanan</i> .....	33
2.2.7	<i>Variasi Produk</i> .....	34
2.2.7.1	<i>Pengertian Variasi Produk</i> .....	34
2.2.7.2	<i>Klarifikasi Variasi Produk</i> .....	35
2.2.7.3	<i>Dimensi Variasi Produk</i> .....	36
2.2.7.4	<i>Indikator Variasi Produk</i> .....	37
2.2.8	<i>Kepuasan Pelanggan</i> .....	38
2.2.8.1	<i>Pengertian Kepuasan Pelanggan</i> .....	38
2.2.8.2	<i>Manfaat Kepuasan Pelanggan</i> .....	39
2.2.8.3	<i>Dimensi Kepuasan Pelanggan</i> .....	40
2.2.8.4	<i>Indikator Kepuasan Pelanggan</i> .....	40
2.3	<i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i> .....	41
2.3.1	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan</i> .....	41
2.3.2	<i>Pengaruh Variasi Produk dengan Kepuasan Pelanggan</i> .....	42
2.3.2	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk dengan Kepuasan Pelanggan</i> .....	43
2.4	<i>Rumusan Hipotesis</i> .....	46
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		
3.1	<i>Metode Penelitian</i> .....	47
3.2	<i>Operasionalisasi Variabel</i> .....	48
3.3	<i>Populasi dan Sampel Penelitian</i> .....	50
3.3.1	<i>Populasi</i> .....	50
3.3.2	<i>Sampel</i> .....	51

3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i> .....	52
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	52
3.4.3	<i>Uji Kualiditas Instrumen</i> .....	53
3.4.3.1	<i>Uji Validitas</i> .....	53
3.4.3.2	<i>Uji Reabilitas</i> .....	53
3.5	Teknik Pengolahan Data dan Analisis data.....	56
3.5.1	<i>Teknik Pengolahan</i> .....	56
3.5.2	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i> .....	56
3.5.3	<i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	58
3.5.4	<i>Analisis Regresi Linear Berganda</i> .....	61
3.5.4.1	<i>Model Regresi Linear Berganda</i> .....	61
3.5.4.2	<i>Analisis Koefisien Korelasi</i> .....	61
3.5.4.3	<i>Analisis Koefisien Determinasi</i> .....	63
3.5.4.4	<i>Uji Serentak (Uji Statistik F)</i> .....	64
3.5.4.5	<i>Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)</i> ..	65
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
4.1.1	<i>Lokasi Penelitian</i> .....	66
4.1.2	<i>Sejarah Singkat Perusahaan</i> .....	66
4.1.3	<i>Latar Belakang Produk</i> .....	67
4.1.4	<i>Visi dan Misi Perusahaan</i> .....	68
4.2	Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan .....	69
4.2.1	<i>Karakteristik Responden</i> .....	69
4.2.2	<i>Analisis per Variabel</i> .....	71
4.2.2.1	<i>Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)</i> .....	71
4.2.2.2	<i>Variasi Produk (X<sub>2</sub>)</i> .....	78
4.2.2.3	<i>Kepuasan Pelanggan (Y)</i> .....	84
4.2.3	<i>Uji Kualitas Data</i> .....	89
4.2.3.1	<i>Uji Validitas</i> .....	89
4.2.3.2	<i>Uji Reabilitas</i> .....	91

4.2.4	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i> .....	92
4.2.5	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i> .....	93
4.2.5.1	<i>Model Regresi Linier Berganda</i> .....	93
4.2.5.2	<i>Koefisien Korelasi</i> .....	94
4.2.6	<i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	97
4.2.6.1	<i>Uji Normalitas</i> .....	97
4.2.6.2	<i>Uji Multikolinieritas</i> .....	99
4.2.6.3	<i>Uji Heteroskedastisitas</i> .....	99
4.2.6.4	<i>Uji Autokorelasi</i> .....	100
4.2.7	<i>Uji Hipotesis</i> .....	101
4.2.7.1	<i>Uji Statistik t</i> .....	101
4.2.7.2	<i>Uji Statistik F</i> .....	102
4.2.7.3	<i>Uji Koefisien Determinasi</i> .....	103
4.3	<i>Interpretasi Hasil Penelitian</i> .....	105
<b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1	<i>Kesimpulan</i> .....	107
5.2	<i>Saran</i> .....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>110</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	16
2.	Operasionalisasi Variabel Independen dan Dependen .....	48
3.	Bobot Nilai Skala Likert.....	53
4.	Kriteria Persentase Tanggapan Responden .....	57
5.	Interval Koefisien Tingkat Hubungan Linier .....	63
6.	Jenis Kelamin Responden .....	69
7.	Usia Responden.....	70
8.	Pendidikan Terakhir Responden .....	70
9.	Fasilitas gedung restoran Kentucky Fried Chicken tampak menarik .....	71
10.	Tampilan fasilitas peralatan restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> terjaga dengan baik sesuai dengan fungsinya .....	72
11.	Karyawan <i>Kentucky Fried Chicken</i> melakukan pelayanan tepat waktu .....	72
12.	Karyawan <i>Kentucky Fried Chicken</i> menyelesaikan masalah dengan sungguh-sungguh .....	73
13.	Karyawan <i>Kentucky Fried Chicken</i> memberikan layanan yang cepat.....	73
14.	Karyawan <i>Kentucky Fried Chicken</i> tidak pernah lalai untuk menanggapi permintaan pelanggannya .....	74
15.	Restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> menyediakan layanan sesuai dengan waktu yang disediakan .....	75
16.	Restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> selalu berupaya mengurangi kesalahan .....	75
17.	Karyawan <i>Kentucky Fried Chicken</i> menumbuhkan kepercayaan pelanggannya .....	76
18.	Saya merasa aman bertransaksi di restoran <i>Kentucky Fried</i>	

	<i>Chicken</i> .....	76
19.	Indikator Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	77
20.	Restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> memiliki menu minuman dan makanan dengan berbagai jenis .....	78
21.	Restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> memiliki minuman dan makanan yang sudah dikenal konsumen .....	79
22.	Restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> memiliki makanan dan minuman dengan berbagai pilihan menu .....	79
23.	Restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> memiliki paket menu yang bervariasi .....	80
24.	Pilihan ukuran menu makanan dan minuman sudah cukup lengkap .....	80
25.	Variasi ukuran sesuai dengan harga .....	81
26.	Rasa dari menu andalan yang disajikan sesuai selera .....	81
27.	Rasa dari menu baru atau musiman yang disajikan sesuai selera .....	82
28.	Indikator Variasi Produk ( $X_2$ ) .....	83
29.	Saya akan melakukan pembelian ulang di restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> .....	84
30.	Saya tidak berniat membeli produk yang sama pada restoran lain .....	84
31.	Saya akan merekomendasikan restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> kepada rekan-rekan .....	85
32.	Saya akan menyampaikan informasi yang baik tentang <i>Kentucky Fried Chicken</i> kepada rekan-rekan .....	85
33.	Restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> sudah memiliki predikat pelayanan yang baik .....	86
34.	Saya memiliki kepercayaan yang baik pada kualitas produk dan pelayanan di restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> .....	87
35.	Saya akan terus melakukan pembelian produk yang sama di restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> .....	87



36.	<i>Kentucky Fried Chicken</i> akan terus menjadi pilihan saya dalam memilih restoran cepat saji .....	88
37.	Indikator Kepuasan Pelanggan (Y) .....	88
38.	Hasil Validitas Variabel $X_1$ .....	90
39.	Hasil Validitas Variabel $X_2$ .....	90
40.	Hasil Validitas Variabel Y .....	91
41.	Hasil Uji Reliabilitas .....	91
42.	Hasil Statistik Deskriptif .....	92
43.	Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda .....	93
44.	Koefisien Korelasi Antara Citra Merek dengan Kepuasan Konsumen.....	95
45.	Koefisien Korelasi Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	95
46.	Koefisien Korelasi Berganda Antara Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	96
47.	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	97
48.	Hasil Uji Normalitas.....	99
49.	Hasil Uji Multikolinieritas.....	101
50.	Hasil Uji Autokorelasi.....	102
51.	Hasil Uji Statistik t .....	103
52.	Hasil Uji Statistik F .....	104

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Manfaat Kepuasan Konsumen .....	39
2.	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	45
3.	<i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	98
4.	Grafik Uji Heteroskedastisitas .....	100

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner .....	1/32
2.	Data Kuesioner.....	5/32
3.	Output Data SPSS .....	13/32
4.	Tabel r (df = 76-108).....	22/32
5.	Tabel t (df =81-120) .....	23/32
6.	Tabel f (91-133) .....	24/32
7.	Tabel Durbin Watson (71-113) .....	25/32
8.	Formulir Pengajuan Judul Proposal Skripsi.....	26/32
9.	Formulir Pengajuan Persetujuan Judul Proposal Skripsi .....	27/32
10.	Surat Tugas.....	28/32
11.	Formulir Pengajuan Perubahan Judul Skripsi .....	29/32
12.	Catatan Konsultasi Pembimbing I.....	30/32
13.	Catatan Konsultasi Pembimbing II .....	31/32
14.	Daftar Riwayat Hidup .....	32/32

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian dalam era globalisasi dewasa ini sangat sulit ditebak. Ini disebabkan oleh terjadinya perubahan di dunia baik di bidang ekonomi, sosial dan budaya. Hal ini juga tentunya akan mempengaruhi perkembangan struktur perekonomian secara global. Di samping itu dengan semakin berkembangnya perekonomian mengakibatkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru, yang pada akhirnya meningkatkan persaingan antar perusahaan sehingga menjadi tantangan bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam meningkatkan penjualan. Terlihat juga perusahaan-perusahaan yang memilih makanan cepat saji yang masuk ke Indonesia.

Perubahan pada pola konsumsi masyarakat yang beranekaragam memunculkan konsep penghidangan makanan yang praktis, salah satunya adalah jenis *fast food* (makanan cepat saji). Peluang usaha ini dimanfaatkan oleh banyak pemilik modal dalam industri restoran *fast food*. Restoran cepat saji (*Quick Serve Restaurant*) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan memberikan sistem pelayanan, penyediaan makanan dan minuman kepada pelanggan. Selain itu, restoran cepat saji adalah rumah makan yang menghidangkan makanan dan minuman dengan cepat, biasanya berupa hamburger, ayam goreng dan pizza (Wikipedia, 2007:1). Mudahnnya memperoleh makanan siap saji di pasaran memang memudahkan tersedianya variasi pangan

sesuai selera dan daya beli. Selain itu, pengolahan dan penyiapannya lebih mudah dan cepat, cocok bagi mereka yang selalu sibuk.

Saat ini semakin banyak dijumpai restoran cepat saji baik dari restoran lokal maupun asing. Salah satu dari restoran cepat saji asing yang berkembang di Indonesia adalah *Kentucky Fried Chicken* (KFC), yang didirikan oleh PT. *Fastfood* Indonesia, Tbk pada tahun 1979. KFC merupakan pemimpin global bisnis dalam kategori makanan cepat saji dengan menggunakan menu andalan ayam goreng. Produk unggulan Perseroan, *Colonel's Original Recipe* dan *Hot & Crispy Chicken*, tetap merupakan ayam goreng paling lezat menurut berbagai *survey* konsumen di Indonesia. Dapat dipahami jika produk unggulan KFC berkualitas tinggi ini dapat diterima baik di Indonesia, sebuah negara dengan konsumsi daging ayam jauh lebih tinggi daripada daging jenis lain. Selain menyajikan produk unggulannya, KFC juga memenuhi selera konsumen local dengan menawarkan menu pilihan seperti perkedel, nasi, salad, soup, burger, *French fries* dan jagung manis serta produk lain-lain seperti *Crispy Strips*, *Twister*, *Spaghetti*, *Hot Rods*. Tidak ketinggalan juga berbagai pilihan menu KFC untuk minuman mulai dari air mineral, frestea, *Cappuccino* hingga *Hot Espresso* yang diterima dengan sangat baik oleh pasar kita. Hingga restoran cepat saji seperti KFC tersebut menjadi terkenal seperti sekarang ini, tentu banyak yang di perhatikan oleh KFC dalam menjaga citra merknya sampai saat ini. KFC sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang di miliki terhadap pelanggannya, agar pelanggan juga merasa puas dengan pelayanan yang disediakan oleh KFC.

Kebanyakan dari konsumen tentu sangat memperhatikan dan peduli terhadap kualitas pelayanan di tempat yang akan dikunjungi untuk makan. Karena kualitas pelayanan pada restoran bisa berpengaruh kepada kenyamanan pada saat kita makan di tempat tersebut. Jika ada restoran yang memiliki kualitas pelayanan yang baik maka tentu konsumen tersebut akan merasa nyaman untuk makan di tempat tersebut, sehingga konsumen tersebut memungkinkan untuk menjadi pelanggan karena merasa puas dengan pelayanan yang dimilikinya. Tetapi sebaliknya jika restoran tersebut memiliki kualitas pelayanan yang buruk maka sudah bisa dipastikan konsumen tidak akan merasa nyaman untuk berada di tempat tersebut, dan akan mengurungkan niatnya untuk kembali lagi membeli produk dari restoran tersebut karena merasakan pelayanan yang kurang baik, sementara seharusnya seorang konsumen harus di berikan pelayanan sebaik mungkin agar mendapatkan kepuasan yang baik dari pelanggan.

Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono & Chandra (2013:180), Kualitas pelayanan bagian dari alat sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. KFC tentu sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang di miliki, mulai dari hal hal kecil seperti memberikan pelayanan kesopanan terhadap konsumen, tentu akan membuat konsumen merasa dihargai. Seperti kasir KFC yang selalu menyapa dan memberi senyuman kepada konsumen yang akan membeli produknya. Dengan kualitas pelayanan yang baik seperti yang sudah di berikan oleh di KFC, maka KFC akan semakin baik di mata para pelanggannya, dan pelanggan akan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang dimiliki oleh KFC. Dimana dimensi-dimensi

dari *service quality* seperti *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan tentunya *responsiveness* sangat menentukan kepuasan dari konsumen.

Hal lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah variasi produk yang dimiliki. Menurut Kotler dan Keller (2013:72), menyatakan bahwa Variasi produk atau keberagaman produk adalah sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri. Seperti yang sudah diketahui KFC memiliki banyak variasi produk, mulai dari minuman, makanan yang berat, hingga makanan ringan. Untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen, menu kombinasi hemat dan bermutu seperti KFC Attack dan Paket Kombo senantiasa ditawarkan. Pengembangan brand melalui produk-produk baru, produk lanjutan, dan promosi paket murah meriah (secara permanent atau waktu terbatas) memberi kontribusi besar terhadap pertumbuhan KFC dan meningkatkan diferensiasi brand KFC yang kompetitif. KFC memiliki banyak pesaing dalam hal variasi produk, namun hal tersebut tidak membuat konsumen merasa tidak tertarik lagi dengan produk yang ada. Banyak konsumen yang lebih tertarik dengan variasi produk yang ada di KFC karena soal rasa dan selera. Untuk terus menarik minat konsumen KFC memiliki variasi produk musiman berupa promosi paket yang sifatnya tidak permanen di jual di KFC, seperti sekarang KFC memiliki promo menu paket hemat "Goceng" seperti namanya Cuma dibanderol Rp 5000 untuk setiap jenis menu. Menu-menu KFC Goceng yang bisa dibeli konsumen adalah : perkedel, KFC sup, *Burger Deluxe*, *Spagetti Deluxe*, KFC Pudding, *Ice Cream Sundae*, *Manggo Float*, *Cream Soup*, dan *Soft Ice Cream*. Hal ini tentu akan memberikan

kepuasan sendiri bagi pelanggan KFC.

Perusahaan yang bertahan di era persaingan global seperti ini juga harus memperhatikan manfaat yang diperoleh konsumen setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Sebab hal tersebut merupakan salah satu faktor untuk mengkaji kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2013:132) menjelaskan bahwa perasaan senang atau kecewa seseorang merupakan hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkannya. Jadi dari definisi-definisi diatas artinya adalah jika perasaan seseorang tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapannya maka seseorang tersebut dapat dikatakan puas. Oleh karena itu KFC sangat memperhatikan kualitas dan variasi produknya untuk mempertahankan kepuasan pelanggan terhadap KFC, karena kepuasan dari pelanggan merupakan hal yang penting bagi kesuksesan restoran cepat saji yang bisa dijangkau oleh semua kalangan seperti KFC, usaha untuk mendapat kepuasan pelanggan juga untuk menghindari pelanggan KFC beralih kepada restoran cepat saji pesaing, menghindari penilaian negatif dari konsumen, dan jika pelanggan banyak mendapatkan kepuasan maka tentu akan menarik hati pelanggan baru. Maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* di Plaza Depok”**



## **1.2 Permasalahan**

### ***1.2.1 Identifikasi Masalah***

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka disusun pertanyaan peneliti sebagai berikut :

1. Bagaimanakah Kualitas Pelayanan *Kentucky Fried Chicken*?
2. Bagaimanakah Variasi Produk *Kentucky Fried Chicken*?
3. Bagaimanakah Kepuasan Pelanggan *Kentucky Fried Chicken*?
4. Apakah Pengaruh Keterkaitan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan *Kentucky Fried Chicken*?
5. Apakah Pengaruh Keterkaitan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan *Kentucky Fried Chicken*?
6. Apakah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan *Kentucky Fried Chicken*?

### ***1.2.2 Pembatasan Masalah***

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah untuk mendapatkan hasil penelitian yang memadai. Dalam penelitian ini dibutuhkan permasalahan yang akan dianalisis. Hal ini dimaksud agar dapat menghindari ketidak sesuaian arah penelitian dan terlalu luasnya permasalahan yang akan dianalisis, maka penulis hanya membatasi penelitian ini pada pengaruh kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran KFC di cabang Plaza Depok.

### ***1.2.3 Perumusan Masalah***

Dari uraian diatas, penulis mencoba merumuskan permasalahan ini yaitu “Adakah pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk terhadap Kepuasan

Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* di Plaza Depok?”

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis Kualitas Pelayanan *Kentucky Fried Chicken* di Plaza Depok.
2. Menganalisis Variasi Produk *Kentucky Fried Chicken* di Plaza Depok.
3. Menganalisis Kepuasan Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* di Plaza Depok.
4. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *Kentucky Fried Chicken* di Plaza Depok.
5. Untuk menganalisis Pengaruh Variasi Produk *Kentucky Fried Chicken* di Plaza Depok.
6. Untuk menganalisis besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Kentucky Fried Chicken* di Plaza Depok.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Penulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

## 2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan kajian bagi mahasiswa dan mahasiswi didalam melakukan penelitian yang serupa, disamping itu semoga dapat memberikan informasi dan pengetahuan khususnya dibidang pemasaran untuk kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap minat beli konsumen.

## 3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk menganalisis kendala yang sedang dihadapi, serta dapat memberikan kritik dan saran sebagai bentuk acuan dan evaluasi yang akan bermanfaat untuk perusahaan agar menjadi lebih baik dalam menjalankan dan meningkatkan usahanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- AliHasan. (2013). *Marketing*. Yogyakarta : Media Utama.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet.
- Basrah Saidani, dan Samsul Arifin. (2013). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kulialitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market" JOM Vol 3 No 1.
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung.
- Daryanto, Ismanto Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gaya Media.
- Dwi Aryani, dan Febrina Rosinta. (2013). "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan" JOM Vol 17 No 2.
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. (2013). *Service, Quality and Satisfaction (ed 3)*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono. (2013). *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hasibuan, Melayu, SP. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi, Jakarta : Bumi Aksara.
- Iksan Ongko Widjoyo, Leoni Julivan Rumambi, dan Yohanes Sondang Kunto. (2013). *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya*. Vol 1 No 1. Hal 1-12. Surabaya.

- Kotler dan Armstrong. (2013). *Marketing Management. Global Edition. 14<sup>th</sup> Edition*. USA: Prentice Hall.
- Kotler dan Keller (2013). *Manajemen Pemasaran. (edisi ketiga belas)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Index.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Liwe, Farli. (2015). *Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado*. Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember. ISSN 2303-1174
- Mohammed Wamique Hisam, Shouvic Sanyal, dan Moinuddin Ahmad. (2016). *"The Impact of Service Quality on Costumer Satisfaction: A Study on Selected Retail Stores in India"* JOM Vol 5 No 1.
- Mohd Shoki Md Ariff, Leong Ooi Yun, Norhayati Zakuan., dan Khalid Ismail. (2013). *"The Impacts of Service Quality and Costumer Satisfaction on Costumer Loyalty in Internet Banking"* JOM Vol 2 No 2.
- Ndaru Prasastono, dan Sri Yulianto Fajar Pradapa. (2013). *"Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang"* JOM Vol 6 No 2.
- Resty Avita Haryanto. (2013). *"Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran McDonald's Manado"* JOM Vol 1 No 4.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2013). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Suparyanto dan Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA.
- Titik Efnita. (2016). *"Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Wedding Organizer"* JOM Vol 2 No 2.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.

Usman. (2013). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.

Vido Iskandar. (2013). “*Analisa Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alex’s Salon Darmo Parl*” JOM Vol 1 No 2.

Woro Mardikawati, dan Naili Farida. (2013). “*Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)*” JOM Vol 2 No 1.

Yasir Shafiq, Imran Shafiq, Muhammad Saadat Din, dan Khaliq Ur Rehman Cheema. (2013). “*Impact of Service Quality on Costumer Satisfaction: A study of Hotel Industry of Faisalabad, Pakistan*” JOM Vol 4 No 2.