



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS

SKRIPSI

PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA RESTORAN KENTUCKY FRIED CHICKEN,
(Studi Kasus : Mahasiswa Program Reguler Mandiri Fakultas Ekonomi Unand)

Oleh

AFRIYANI DIAN EKA PUTRI

04952043

Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebahagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

PADANG
2010

	No. Alumni Universitas	Afriyani Dian Eka Putri	No. Alumni Fakultas
	BIODATA		

a) Tempat / Tgl. Lahir : Sijunjung/15 April 1986, b) Nama Orang Tua : Syafnal dan Suharni, c) Fakultas : Ekonomi Program SI Reguler Mandiri d) Jurusan : Manajemen e) No BP : 04952043 f) Tgl. Lulus : 21 Agustus 2010 g) Predikat Lulus : Memuaskan h) IPK : 2,75 i) Lama Studi : 6 tahun j) Alamat Orang Tua : Jl. Prof. M. Yamin No. 5 Muaro Sijunjung.

**PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTORAN KENTUCKY FRIED CHICKEN
(Studi Kasus : Mahasiswa Program Reguler Mandiri Fakultas Ekonomi Unand)**

Skripsi SI oleh **Afriyani Dian Eka Putri**, Pembimbing **Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada KFC di Kota Padang. Nilai pelanggan diidentifikasi dari kinerja atribut-atribut produk dan pelayanan merupakan beberapa variabel eksogen dari unsur-unsur *marketing mix* yang meliputi harga, produk, pelayanan, karyawan dan citra perusahaan. Kepuasan pelanggan diidentifikasi berdasarkan indikator-indikator yang mempengaruhi meliputi kepuasan secara menyeluruh, manfaat/nilai yang dirasakan dibanding manfaat/nilai yang diharapkan, manfaat/nilai yang dirasakan dibanding manfaat/nilai yang ideal, kemungkinan membeli merek yang sama di masa datang merekomendasikan orang untuk membeli merek yang sama, dan menceritakan hal-hal yang positif. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan KFC di Kota Padang dan sampel diambil dengan melakukan metode *accidental sampling* dari populasi. Metode riset untuk pengujian hipotesa menggunakan pola hubungan pengaruh, mengoperasikan variabel dengan instrumen kuisioner sebanyak 254 responden. Setelah data terkumpul, kemudian diolah dengan analisa regresi linier berganda menggunakan program SPSS versi 15.0. hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai pelanggan secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Kota Padang. Secara parsial, hanya nilai pelanggan pada produk yang memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada KFC di Kota Padang

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 21 Agustus 2010, telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM	Dra. Yanti, MM	Hendra Lukito, SE, MM

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen : **Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si**
NIP. 197110221997011001

Tanda Tangan

Alumnus telah terdaftar ke Fakultas / Universitas Andalas dan mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas :	Nama :	Tanda Tangan :
No. Alumni Universitas :	Nama :	Tanda Tangan :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis atau dunia usaha saat ini semakin pesat baik dibidang barang ataupun jasa. Hal ini berdampak pada setiap perusahaan, apakah akan menjadi ancaman atau merupakan peluang baru. Dengan demikian perusahaan harus menggunakan strategi yang tepat untuk dapat mengantisipasi segala bentuk ancaman dan kesempatan yang ada sehingga dapat bersaing dan bertahan dalam era globalisasi saat ini.

Salah satu industri jasa yang perkembangannya sangat signifikan saat ini adalah industri restoran. Di Indonesia, bisnis restoran adalah merupakan bisnis yang mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan setiap tahunnya. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat beberapa sektor yang diperkirakan masih mengalami pertumbuhan yang tinggi pada tahun 2008 dalam tabel berikut:

Tabel 1.1
Restoran dan Industri Fast Food
Megalami Pertumbuhan Yang Tinggi di Tahun 2008
(dalam miliar rupiah)

No	Sektor	Nominal			Pertumbuhan (%)		
		2006	2007	2008 F	2006	2007	2008 F
1	Restoran dan Industri Fast Food (PDB, Rp Miliar	92.214,9	112.596,3	134.444,8	18,1	22,1	19,4

Sumber : Majalah Swa edisi 24 januari 2008

Ket : F= Forecast

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa industri restoran dan fast food terus mengalami perkembangan pesat setiap tahunnya. Diperkirakan tahun 2009, industri ini tetap menunjukkan pertumbuhan yang masih tinggi. Hal ini disebabkan karena restoran cepat saji ini lebih banyak menarik konsumennya dari kalangan mahasiswa, dan kalangan remaja.

Dengan adanya perkembangan industri jasa makanan yang sangat pesat pada saat ini, khususnya fast food untuk produk franchise atau waralaba menyebabkan peta persaingan restoran cepat saji semakin ketat. Fenomena ini dapat kita lihat dari perkembangan beberapa restoran cepat saji atau waralaba dari luar negeri antara lain, Pizza Hat, CFC, KFC, TEXAS, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu semua restoran berlomba untuk merebut pangsa pasar yang memang terbatas. Dengan cara membuka berbagai cabang diseluruh Indonesia, dan menawarkan berbagai macam paket – paket hemat untuk konsumen hingga penambahan jenis makanan baru. Tidak ketinggalan, pada kota padang pun telah dapat dijumpai berbagai cabang – cabang restoran cepat saji seperti CFC, KFC, dan TEXAS Fried Chicken.

Pada saat ini, industri restoran telah banyak menggunakan konsep pelanggan, dimana produk dan jasa yang ditawarkan harus dapat memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan. Sebagai contoh banyak restoran yang menyediakan tempat dan menu – menu yang dapat menarik konsumennya, seperti kebanyakan restoran yang menyajikan makan ala lesehan, kehadiran kafe – kafe yang merupakan tempat berkumpulnya anak – anak muda sambil

menikmati hidangan yang disediakan. Semua ini merupakan cara untuk menciptakan nilai yang berkesan pada benak konsumen.

Demikian pula dengan perusahaan cepat saji yang selalu mengalami pertumbuhan yang signifikan setiap tahunnya dapat kita lihat pada tabel diatas . Perusahaan – perusahaan tersebut dapat bertahan apabila mereka memiliki keunggulan bersaing dengan menciptakan nilai yang tinggi bagi konsumennya. Restoran cepat saji atau fast food ini harus memperhatikan semua nilai yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan dan pelayanan pada restoran tersebut. Dari nilai tersebut tidak semua nilai menjadi pertimbangan konsumen karena konsumen biasanya akan memilih restoran yang dianggapnya mempunyai kelebihan – kelebihan tersendiri sehingga dapat menciptakan kepuasan tersendiri pada konsumen tersebut.

Salah satu restoran cepat saji yang ada di Indonesia adalah Kentucky Fried Chicken atau dikenal dengan KFC. Perusahaan ini merupakan restoran dengan system waralaba dan berasal dari kota kentuckey Amerika Serikat. Di Indonesia hingga saat ini hak eksklusif waralaba KFC dipegang oleh PT. Fast Food Indonesia Tbk. Kentucky Fried Chicken merupakan restoran fast food pertama di Indonesia. Hingga saat ini KFC memiliki 270 restoran termasuk 1 unit mobil ketring yang terbesar di 60 kota di Indonesia, dan memperkerjakan 10.293 karyawan dengan total penjualan lebih dari Rp. 1,276 triliun pada akhir 2006 (sumber : www.kfcindonesia.com).

Dengan di bukanya KFC di kota Padang mendapatkan respon yang baik dari masyarakat. Hal ini terlihat pada setiap restoran KFC yang ada di kota

Padang selalu ramai akan pengunjung . Hingga saat ini, terlihat bahwa KFC mengalami peningkatan dari nilai produk dan pelayanan setiap tahunnya, dan perusahaan ini juga melakukan pengrehapan bangunan ini mencerminkan bahwa perusahaan ini telah memperoleh keuntungan yang maksimal.

Dengan semakin berkembangnya restoran KFC ini, maka perusahaan haruslah memperhatikan kehadiran pesaingnya dan melakukan antisipasi dengan cepat. Restoran fast food lainnya seperti California Fried Chicken (CFC), dan TEXAS pada umumnya mereka juga menjual menu yang relative hamper sama, juga terus melakukan peningkatan pelayanan terhadap pelanggannya. Ada juga beberapa pesaing dari jenis restoran waralaba local yang mulai banyak bermunculan di kota Padang seperti, Kebab Baba Rafi, Bakso Lapangan Tembak, Es Teler 77, dan House Tea. Maka KFC harus terus membenahi diri agar tidak ketinggalan dari para pesaingnya.

Dengan semakin ketatnya persaingan, maka aspek perusahaan harus menjadi perhatian utama pihak pengelola agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan atau konsumen. Salah satunya dengan cara memperhatikan nilai pelanggan yang nanti akan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap restoran KFC tersebut. Untuk itu pengukuran kepuasan pelanggan harus terus dilakukan, karena ini merupakan kunci keberhasilan restoran KFC dalam mempertahankan pelanggannya.

Dalam penelitian ini akan diuraikan pengaruh nilai pelanggan pada restoran fast food terhadap kepuasan pelanggan. Dengan mengetahui

kemampuan nilai pelanggan, diharapkan restoran KFC dapat bertahan dalam persaingan yang begitu ketat dengan menerapkan strategi – strategi yang jitu untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Sehubungan dengan hal ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian penelitian dengan judul “Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pada Restoran Kentucky Fried Chicken (KFC), (Studi Kasus : Mahasiswa Program Reguler Mandiri Fakultas Ekonomi Unand)”.

1.2. Rumusan Masalah

Sehubungan dengan hal diatas yang menjadi masalah disini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh nilai pelanggan yang meliputi produk, harga, pelayanan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji Kentucky Fried Chicken (KFC) pada mahasiswa program reguler mandiri fakultas ekonomi unand
2. Factor mana dari nilai pelanggan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan meliputi harga, produk, karyawan, pelayanan, dan citra perusahaan terhadap restoran cepat saji Kentucky Fried Chicken (KFC) di kota Padang.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah di kemukakan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga memiliki pengaruh yang terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya harga yang dibayarkan terhadap suatu produk merupakan dasar penilaian pelanggan terhadap nilai yang mereka peroleh. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan adanya harga yang terjangkau dan potongan harga, mempengaruhi kepuasan pelanggan mereka untuk membeli ayam goreng KFC.
2. Dimensi produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa rasa, kerenyahan, kegurihan, potongan, dan kemasan KFC, mempengaruhi kepuasan pelanggan mereka untuk membeli ayam goreng KFC.
3. Dimensi pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa penyajian, kebersihan makanan, dan pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan mereka untuk membeli ayam goreng KFC.
4. Dimensi karyawan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa kesopanan, penampilan karyawan dan

lain - lain, mempengaruhi kepuasan pelanggan mereka untuk membeli ayam goreng KFC.

5. Dimensi citra memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan adanya fasilitas, bangunan yang menarik dan kebersihan restoran, mempengaruhi kepuasan pelanggan mereka untuk membeli ayam goreng KFC.

Itu artinya pelanggan yang makan pada KFC di Kota Padang lebih dipengaruhi oleh harga yang murah, pelayanan yang cepat, performance karyawan yang baik, dan KFC merupakan merek yang terkenal.

6.2. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan diskusi bagi para akademisi, marketer dalam hal ini KFC Ambacang Plaza sebagai pengambil kebijakan dalam perusahaan. Adapun implikasi dari penelitian ini adalah:

1. Bagi akademisi, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang sejauh mana pengaruh nilai pelanggan meliputi harga, produk, pelayanan, karyawan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada sebuah perusahaan jasa.
2. Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi KFC di Ambacang Plaza dalam mengambil keputusan mengenai strategi apa yang digunakan dalam memasarkan produk dan jasanya dan sebagai pedoman bagi perusahaan untuk mengukur nilai pelanggan meliputi harga, produk, pelayanan, karyawan, dan citra perusahaan serta pengaruhnya terhadap

kepuasan pelanggan. Selain itu, juga dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk mempertahankan konsumen agar tetap mengkonsumsi makanan siap saji Kentucky Fried Chicken (KFC).

6.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih sangat terbatas, dimana hanya pada satu cabang restoran KFC di kota Padang dan jumlah sampel sebanyak 150 orang belum dapat mewakili populasi pelanggan KFC di kota Padang. Maka disarankan untuk penelitian yang akan datang meliputi seluruh restoran KFC di kota Padang dan menggunakan responden yang lebih banyak, agar hasil yang didapatkan lebih akurat.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bernadine. 2005. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus Rumah Makan Pondok Laras di Kelapa dua Depok)*. Penerbit : Jurnal Ekonomi Perusahaan Volume 12 No.3, September 2005.
- Harjati, Lily. *Tidak Cukup Hanya Kepuasan Pelanggan : Diperlukan Nilai Pelanggan Untuk Survival*. Penerbit : Jurnal Ekonomi perusahaan Volume 10 No. 1, Maret 2003.
- KFC. 2006. *Profil Kentucky Fried Chicken*. Melalui <http://www.kfcindonesia.com>.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran : Jilid II*, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran : Jilid I*, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran : Jilid I*, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lindawati & Syafrizal. 2006. *Pengaruh Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Beberapa Merek Handphone*. Penerbit : Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta Volume I No.1, Juli 2006.
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ke- 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi. 2006. *Pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen*. Melalui <http://www.google.com>.
- Mardiana, Diana. 2004. *Pemetaan Persepsi Restoran Cepat Saji Di Tinjau Dari Atribut Kepuasan Konsumen*. Abstraksi Penelitian Kepuasan konsumen. Melalui <http://Library.Gunadarma.Ac.Id>. 15/12/2009 – 16:07 pm.
- Nirwana Sitepu. 1998, *Analisis Jalur*, Bandung : UPT Jurusan Statistik FMIPA UNPAD : 1 : 116