



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS**

*Skripsi*

**PENGARUH NILAI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
KFC DI AMBACANG PLAZA PADANG**

*Oleh :*

**ZULIA KHAIRANI**

**04 152 138**

**Mahasiswa Program S1 Jurusan Manajemen**

*Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*



**PADANG**

**2008**



No. Alumni Universitas

ZULIA KHAIRANI

No. Alumni Fakultas

a) Tempat / Tanggal Lahir: Pekanbaru / 08 Juli 1986 b) Nama Orang Tua: Drs. Mohammad Isa, MSi dan Citra Dewi c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 04 152 138 f) Tanggal Lulus: 16 Juli 2008 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,20 i) Lama Studi: 3 tahun 10 Bulan h) Alamat Orang Tua: Jl. Ikan Mas No. 15 Pekanbaru-Riau.


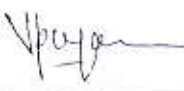

PENGARUH NILAI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA KFC DI AMBACANG PLAZA PADANG  
Skripsi S1 oleh Zulia Khairani. Pembimbing Dr. Ratni Prima Lita, SE. MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada KFC di Ambacang Plaza 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 Ambacang Plaza dan sampel diambil dengan melakukan metode *purposive sampling* dari populasi. Metode riset untuk pengujian hipotesa menggunakan pola hubungan pengaruh, mengoperasionalkan variabel dengan instrumen kuesioner sebanyak 150 responden. Setelah data terkumpul, kemudian diolah dengan analisa regresi linier berganda menggunakan program SPSS versi 12.0. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai pelanggan secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Ambacang Plaza Padang. Secara parsial, hanya nilai pelanggan pada produk yang memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada KFC di Ambacang Plaza Padang.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 16 Agustus 2008

Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dr. Ratni Prima Lita, SE.MM	Dr. Vera Pujani, SE.MMt	Eri Besra, SE.MM

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Tafdil Husni, SE, MBA, PhD  
NIP. 131 656 499

  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus :

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



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin pesat baik di bidang barang maupun jasa. Hal ini akan berdampak pada setiap perusahaan, apakah menjadi ancaman atau kesempatan baru. Dengan demikian perusahaan harus melakukan strategi yang tepat untuk dapat mengantisipasi segala bentuk ancaman dan kesempatan yang ada sehingga dapat bersaing dan bertahan hidup dalam era globalisasi.

Salah satu industri jasa yang perkembangannya cukup pesat adalah industri restoran. Menurut Nonto dalam Sari (2006), pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di berbagai belahan dunia. Berbagai *outlet* yang menawarkan produk makanan dan minuman dalam berbagai bentuk banyak bermunculan, mulai dari yang sederhana hingga yang mewah. Hal ini disebabkan karena makanan adalah salah satu kebutuhan pokok yang semua orang harus penuhi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa alasan rasional *outlet* makanan tumbuh adalah karena para pebisnis makanan bisa mengantongi keuntungan bersih minimal 50% setelah dikurangi biaya operasional.

Di Indonesia, bisnis restoran dan *fast food* adalah bisnis yang mengalami pertumbuhan pesat setiap tahunnya. Penelitian dari *Danareksa Reseach Institute* menyatakan bahwa sektor industri restoran dan *fast food* adalah salah satu sektor

yang diperkirakan masih memiliki pertumbuhan yang tinggi di tahun 2008. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat beberapa sektor yang diperkirakan masih mengalami pertumbuhan yang tinggi di tahun 2008 dalam tabel berikut ini :

**Tabel 1.1**  
**Beberapa Sektor yang Diperkirakan**  
**Mengalami Pertumbuhan yang tinggi Di Tahun 2008**  
**(dalam miliar rupiah)**

No	Sektor	Nominal			Pertumbuhan (%)		
		2006	2007	2008 F	2006	2007	2008 F
1	Penerbangan (PDB, Rp miliar)	14.685,2	18.041,4	21.838,1	22,6	22,9	21,1
2	Restoran dan Industri fast food (PDB, Rp Miliar)	92.214,9	112.596,3	134.444,8	18,1	22,1	19,4
3	Department store (Rp miliar) ( <i>Sales</i> )	12.923,0	15.127,8	17.884,5	15,6	16,7	18,2
4	Perbankan (Rp Triliun) (peyaluran kredit)	787,1	982,7	1.283	14,1	24,8	30,6
5	Property dan Real estate (Rp miliar) ( <i>sales</i> )	10.897,8	13.354,8	16.860,1	11,5	22,5	26,2

*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 di tahun 2008, industri ini tetap menunjukkan pertumbuhan yang masih tinggi.

Pertumbuhan pesat di industri jasa makanan, khususnya *fast food* untuk produk *franchise* atau waralaba dari luar negeri menyebabkan peta persaingan restoran cepat saji semakin ketat. Fenomena ini bisa dilihat dari perkembangan beberapa restoran cepat saji waralaba dari luar negeri di Indonesia antara lain *Mc*.

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1. Kesimpulan

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

1. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan studi ke lapangan, yakni dengan menyebarkan kuisioner kepada 150 orang responden. Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berbelanja pada KFC di Ambacang Plaza Padang dalam jangka waktu 3 bulan terakhir. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata responden setuju bahwa nilai pelanggan yang meliputi harga, produk, pelayanan, karyawan, dan citra perusahaan sudah baik. Rata-rata responden setuju bahwa produk KFC memiliki harga yang terjangkau, ayam goreng KFC memiliki rasa yang enak, dan kemasan yang menarik. Hampir semua responden menyatakan setuju bahwa prosedur penerimaan pelanggan cepat dan tepat dan kebersihan makanan yang terjamin. Responden juga menyatakan setuju bahwa karyawan KFC yang melayani ramah dan sopan serta mampu berkomunikasi dengan baik pada pelanggan. Begitu juga responden setuju bahwa restoran KFC di Ambacang Plaza memiliki memiliki fasilitas yang lengkap dan bangunan, interior serta dekorasi yang menarik. Responden juga merasakan kepuasan menyeluruh yang tinggi terhadap nilai yang dirasakan dan memiliki kemungkinan yang tinggi untuk membeli KFC di Ambacang Plaza di masa yang akan datang.



2. Nilai pelanggan meliputi harga, produk, pelayanan, karyawan dan citra perusahaan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan secara parsial hanya nilai pelanggan pada dimensi produk yang memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Ambacang Plaza Padang. Itu artinya pelanggan yang makan pada KFC di Ambacang Plaza karena 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

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Amin. 2007. *Dasar-dasar Penulisan Ilmiah*. Surakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan UNS
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bernadine. 2005. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Rumah Makan Pondok Laras di Kelapa Dua, Depok*. Penerbit : Jurnal Ekonomi Perusahaan Volume 12 No.3, September 2005.
- Bilson, Simamora. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cravens, David W. (ed.6,2000). *Strategic Marketing*. North America: The Mc.Graw Hill Companies, Inc.
- Gozhali, Anang. 2005. Oktober. "Tren Gaya Hidup Anak Muda Asia" , Marketing, 12-13
- 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. 2007. *Manajemen Pemasaran : Jilid I*, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran : Jilid II*, 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 1 No.1, Juli 2006.
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ke-2. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardiana, Diana. 2004. *Pemetaan Persepsi Restoran Cepat Saji Di Tinjau Dari Atribut Kepuasan Konsumen*. Abstraksi Penelitian Kepuasan Konsumen. Melalui <http://Library.Gunadarma.Ac.Id>. 06/02/2009 – 3:41 pm