



Skripsi

**PENGARUH KUALITAS JASA, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN CEPAT SAJI
(Studi Pada Konsumen KFC di Kota Padang)**

Oleh :

Reza Billy Aditia

03 152 108

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen FEUA*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2008**

No. Alumni Universitas	Reza Billy Aditia	No. Alumni Fakultas
a) Tempat / Tanggal Lahir: Padang / 5 Maret 1986 b) Nama Orang Tua: Marzul Adenan dan Numiar c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 03 152 108 f) Tanggal Lulus: 25 November 2008 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3.04 i) Lama Studi: 5 tahun 4bulan h) Alamat Orang Tua: Jl. Abdul Hamid Hakim no.3 Padang Panjang Barat.		

PENGARUH KUALITAS JASA, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN CEPAT SAJI
(Studi Pada Konsumen KFC di Kota Padang)


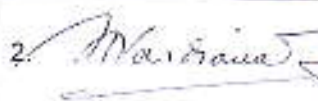
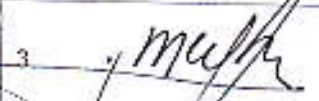
Skripsi S1 oleh Reza Billy Aditia. Pembimbing Dra. Yanti, MM

ABSTRAK

Di zaman sekarang ini, kita tidak asing lagi dengan yang namanya *fast food restaurant* atau restoran cepat saji. Hampir semua dari kita pernah mengonsumsi makanan cepal saji. Restoran cepat saji yang dikenal di masyarakat umumnya adalah restoran cepat saji yang berasal dari luar negeri yang didatangkan dengan cara waralaba.. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen restoran cepat saji KFC di kota Padang. Populasi penelitian adalah konsumen KFC di kota Padang dan sampel diambil dengan melakukan metode *convinience sampling* dari populasi. Metode riset untuk pengujian hipotesa menggunakan pola hubungan pengaruh, mengoperasionalkan variabel dengan instrumen kuesioner sebanyak 100 responden. Data diolah dengan analisa regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 12.0. Hasil uji statistik menunjukkan kualitas jasa, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan kepuasan pelanggan KFC di Padang sebesar 66.5% sedangkan sisanya 33.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti oleh penulis.


Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 25 November 2008

Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dra. Yanti, MM	Dra. Hj. Wardiana Anwar	Dra. Mellin Malik, MM

Mengetahui,
 An. Ketua Jurusan Manajemen
 Sekretaris Jurusan Manajemen

Dr. Harif Amali Rivai, SE, MSi
 NIP. 132 164 008


 Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas 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 usaha belakangan ini dinilai makin pesat. Ini dapat dilihat dari makin banyaknya usaha baru yang muncul yang berupaya menarik minat konsumen dengan harapan dapat menjadi pemimpin pasar. Melihat keadaan seperti ini para produsen harus dapat menciptakan keunggulan produk yang dimilikinya. Karena semua perusahaan pada umumnya memiliki tujuan yang sama yaitu laba.

Fungsi utama perusahaan adalah melakukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah upaya yang dilakukan produsen untuk menarik konsumen. Perusahaan harus dapat memahami perilaku konsumen dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi suatu jasa atau produk.

Bila perusahaan dapat memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, konsumen akan merasa puas terhadap produk perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen dipenuhi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang harapannya terpenuhi atas apa yang dikonsumsinya. Untuk itu pihak penyedia produk maupun jasa harus dapat memenuhi harapan konsumen terhadap produk dan jasa yang akan dikonsumsi. Bila apa yang didapatkan konsumen sesuai dengan yang diharapkannya atau melebihi harapannya, konsumen akan merasa terpuaskan. Harapan pelanggan ini timbul karena pembelian sebelumnya, nasehat teman, dan dari informasi dan janji pemasar. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas

terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien

Dalam mengkonsumsi makanan, masyarakat sekarang lebih suka dengan sesuatu yang instant atau praktis. Masyarakat sekarang lebih suka untuk makan diluar rumah seperti di rumah makan atau restoran. Salah satu faktor pendorong kebiasaan ini adalah masyarakat tidak ingin lagi direpotkan dengan kegiatan memasak di dapur. Ini dikarenakan masyarakat telah sibuk dengan kegiatan lain sehingga tidak punya waktu untuk memasak. Selain itu, faktor ekonomi juga mendorong kebiasaan ini. Dimana, semakin tinggi pendapatan suatu rumah tangga atau keluarga membuat seseorang menjadi malas untuk memasak.

Keadaan seperti ini mendorong semakin banyaknya muncul restoran atau rumah makan dengan produk dan menu khas masing-masing. Dengan semakin banyaknya restoran dan rumah makan ini berarti persaingan dalam bisnis restoran dan rumah makan semakin meningkat. Para pelaku bisnis restoran dan rumah makan ini harus meningkatkan kinerja untuk menghasilkan produk yang lebih baik dan pelayanan yang memuaskan agar memenangkan persaingan.

Di zaman sekarang ini, kita tidak asing lagi dengan yang namanya *fast food restaurant* atau restoran cepat saji. Hampir semua dari kita pernah mengkonsumsi makanan cepat saji. Restoran cepat saji yang ada sekarang menawarkan produk yang berbeda. Restoran cepat saji yang dikenal di masyarakat umumnya adalah restoran cepat saji yang berasal dari luar negeri. Beberapa restoran cepat saji yang cukup dikenal adalah KFC, CFC, Pizza Hutt, Mc Donald dan lain-lain. Sebagian besar berasal dari luar negeri yang di datangkan dengan cara waralaba. Di Indonesia, kita sering menjumpai gerai waralaba restoran cepat saji. Secara sederhana, restoran cepat saji dapat diartikan sebagai rumah makan yang menghadirkan makanan dan minuman dengan cepat (wikipedia.org).

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

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

1. Dari pembahasan yang telah di kemukakan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut Responden adalah masyarakat kota Padang yang pernah mengkonsumsi produk KFC memiliki umur terbanyak adalah yang berumur 20-24 tahun yaitu sebesar 56% dan jenis kelamin wanita sebanyak 57% Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat konsumen KFC terbesar adalah orang-orang muda yang berusia antara 20 tahun hingga 24 tahun. Sedangkan dari segi jenis kelamin perbedaan jumlah konsumen pria dan wanita tidak terlalu besar.
2. Setelah melakukan analisa regresi dengan menggunakan program SPSS 12.0 maka didapat kesimpulan bahwa kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen KFC di Padang. Sedangkan kualitas jasa tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen KFC di Padang. Dengan menggunakan uji F secara simultan dapat dilihat bahwa jika kualitas jasa, kualitas produk dan harga secara bersama-sama bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.665, hal ini berarti bahwa 66,5% kepuasan konsumen KFC di Padang dipengaruhi oleh variabel kualitas jasa, kualitas produk dan harga. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Beta, Wike Handayani. (2007). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CFC Cabang Padang*.
- Doclhadi, agus. (2006). *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan: Perspektif Psikologi Konsumen*. Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, Surabaya
- Engel, dkk. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jilid I, Edisi keenam. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Fisasi, Fio. (2008). *Pengaruh selebriti endorser terhadap kesadaran merek honda vario di kota padang*. Universitas andalas.
- <http://digilib.petra.ac.id>
- <http://hadisugito.fadla.or.id>
- Ilham, Hendra. (2007). *Pengaruh Penerapan Strategi Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Bukittinggi*. Universitas Andalas.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2003) *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Gramedia, Jakarta.
- Natalisha, Diah. (2006). *Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Domestik*. MM Universitas Sriwijaya, Palembang.
- Nugroho, Bhuono Agung. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Andi, Yogyakarta.
- Prima, Ratni. (2005). *Analisis Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada Pusat Kesehatan Masyarakat di Kabupaten Padang Pariaman*. Universitas Andalas, Padang.
- Qin, Hong, dkk. (2006). *Determinants of Customer-Perceived Quality in Fast-Food Restaurant and Their Relationship to Customer Satisfaction and Behavioral Intention*. INFORM research.
- Sari, Evi Thelia. (2005). *Peranan Customer Value Dalam Mempertahankan Keunggulan Bersaing Restoran Cepat Saji*. Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research for Business Method*. Edisi empat, jilid 1&2, Salemba Empat, Jakarta.
- Simamora, Bilson. (2002). *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Gramedia, jakarta.