

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. KENTUKY FRIED CHICKEN (KFC)  
MANYAR SURABAYA**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



**Oleh:**

**RISAL AL FARISY  
NIM : 2016210572**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2021**

**PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH**

Nama : Risal Al Farisy  
Tempat, Tanggal Lahir : Bangkalan, 22 agustus 1997  
NIM : 201610572  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : S1 Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Kentuky Fried Chicken (Kfc) Manyar Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dosen Pembimbing

Tanggal.....

Tanggal.....

**(Burhanudin, SE.,M.Si., Ph. D)**

**NIDN : 0719047701**

**(Mochamad Nurhadi, S. Kom., M.M)**

**NIDN : 0721036902**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PRODUK DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. KENTUKY FRIED  
CHICKEN (KFC) MANYAR SURABAYA**

**Risal Al farisy**

NIM : 201610572

Email : 201610572@Students.perbanas.ac.id

***Abstract***

*Kentucky Fried Chicken, hereinafter referred to as KFC, is a for-profit company engaged in the fast food restaurant sector. KFC itself has several outlets throughout Indonesia and especially in the Surabaya area, KFC customers from various places, flock to the KFC Manyar Surabaya area. This is influenced by service quality, product quality and brand image for customer satisfaction. So this research focuses on customer satisfaction indicators of service quality, product quality and brand image. The sample is a subgroup of the population selected to participate in this study (Malhotra, 2018). that in research that uses statistical data analysis, the smallest sample size is 30 subjects / objects, but it is submitted by other research experts who think that the minimum sample size is 80 subjects / objects which are considered the most appropriate. This research method uses the SEM technique PLS in its research, the results of the questionnaire returned were 89 participants. Analysis of the data in this study related to the variables of service quality, product quality and brand image on customer satisfaction has a significant effect on customer satisfaction.*

*Keywords : customer satisfaction, Kentucky Fried Chicken, service quality, product quality, and brand image*

**PENDAHULUAN**

Pada zaman modernisasi, hampir semua orang membutuhkan sesuatu yang serba instan terutama dalam aktifitas sehari-harinya. Hal ini membuat masyarakat menginginkan sesuatu yang serba instan terutama pada produk makanan cepat saji. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang seperti ini, para pelaku bisnis menjadikan kondisi tersebut sebuah peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Salah satu contoh perusahaan yang memanfaatkan peluang yang ada adalah PT.

KENTUKY FRIED CHICKEN atau yang sering kita kenal dengan KFC Mengisi peluang tersebut begitu memungkinkan dengan kebiasaan masyarakat Surabaya yang tidak terlalu suka menunggu lama dan selalu ingin yang cepat saji. Dengan KFC menciptakan produk tersebut maka masyarakat Surabaya mendapatkan solusi seperti apa yang diinginkan, hal ini membuktikan bahwa penjualan KFC semakin tahun semakin meningkat. Peningkatan tersebut diakibatkan oleh faktor kualitas pelayanan, faktor kualitas

produk, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga mempengaruhi bagaimana konsumen KFC memiliki loyalitas terhadap *Fastfood* (restoran cepat saji).

Kepuasan pelanggan adalah tujuan utama dari setiap perusahaan sehingga diharapkan nantinya konsumen akan kembali dan terus membeli produk KFC. Pada umumnya konsumen merasa puas ketika apa yang mereka harapkan sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Dimana yang diinginkan konsumen adalah harga yang terjangkau dan kualitas dari segi produk maupun pelayanan yang baik. Sehingga pelanggan puas terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan KFC.

Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen Fandy Tjiptono (2018:268).

Kualitas Produk adalah satu dari alat positioning pemasaran yang diunggulkan. Kualitas produk memiliki dampak langsung pada produk dan jasa serta yang paling dekat dan terhubung dengan nilai pelanggan. Menurut Kotler and Armstrong (2017:283) arti dari kualitas produk adalah yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan

pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Faktor-faktor terhadap kepuasan pelanggan mempengaruhi pendapatan dari KFC Manyar Surabaya, maka alasan pelanggan merasa puas terhadap KFC Manyar Surabaya karena terpenuhinya faktor-faktor dalam kualitas pelayanan, kualitas produk, dan Citra merek. Konsumen KFC Surabaya Manyar, memiliki prespsi dalam Kepuasannya saat mengkonsumsi produk KFC Manyar.

Dari penelitian terdahulu terdapat korelasi dan perbedaan dengan penelitian penulis ini, penelitian ini berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Kentucky Fried Chicken (Kfc) Manyar Surabaya.

## **KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS**

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Amstrong (2019:42) Kepuasan pelanggan yaitu bergantung pada yang ditunjukkan produk terhadap pembeli. Jika produk tidak sesuai harapan maka pelanggan merasa tidak puas. Apabila produk sesuai harapan maka pelanggan merasa puas. Perusahaan pemasaran yang terkenal menjaga pelanggannya untuk merasa puas. Banyak penelitian menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi membuat pelanggan lebih loyal sehingga perusahaan lebih baik. Perusahaan

yang cerdas menargetkan pelanggan yang menyenangkan dengan menjanjikan sesuatu yang dapat ditepati lalu memberikan lebih dari yang dijanjikan. Pelanggan yang merasa senang tidak hanya melakukan pembelian kembali, mereka akan merekomendasikan dan menceritakan pengalaman yang positif pada rekan – rekan yang lainnya.

### **Kualitas Produk**

Kualitas Produk adalah satu dari alat positioning pemasaran yang diunggulkan. Kualitas produk memiliki dampak langsung pada produk dan jasa serta yang paling dekat dan terhubung dengan nilai pelanggan dan kepuasan (Kotler dan Amstrong, (2019:242).

Menurut Owusu (2018:183) bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang paling penting bagi para konsumen untuk pemilihan terhadap suatu merek terutama di lingkungan pasar dimana tingkat kompetisi intens dan persaingan harga. Oleh karena itu, sangat sulit untuk memenuhi harapan para konsumen pada kualitas produk karena pemahaman mereka berbeda-beda dan tidak konsisten.

### **Kualitas Layanan**

Kualitas layanan adalah salah satu proses suatu produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memenuhi kebutuhan pelanggan (Jahanshahi, Gasthi, Mirdamadi, Nawaser dan Khaksar, 2017 : 254).

Menurut Malik et, al (2017 : 125) kualitas pelayanan adalah pendapat tentang apa yang konsumen rasakan terhadap keseluruhan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

### **Citra Merek**

Menurut Moutinho (2019). Citra merek didefinisikan segala hal yang terkait dengan merek yang ada di benak konsumen. Citra merek merupakan mempunyai merek mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Konsumen yang mempunyai citra yang positif terhadap merek cenderung memilih merek tersebut dalam pembelian. Citra merek merupakan syarat ekstrinsik ketika konsumen mengevaluasi suatu produk atau jasa sebelum melakukan pembelian. Menurut teori tindakan dengan alasan, konsumen

mempertimbangkan konsekuensi atau sikap alternatif sebelum memutuskan.

### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut Malik et, al (2018 : 124) salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, dimana kualitas layanan tidak hanya merupakan faktor penting kepuasan pelanggan di industri manufaktur tetapi juga di perusahaan jasa. Layanan berkualitas tinggi akan memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan.

H1 : Kualitas Produk berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Pelanggan KFC di Surabaya.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Amstrong (2018 :242) bahwa kualitas produk merupakan satu dari alat positioning pemasaran yang diunggulkan. Kualitas produk memiliki dampak langsung pada produk dan jasa serta yang paling dekat dan terhubung dengan nilai pelanggan dan kepuasan.

Menurut (Jahanshahi, Gasthi, Mirdamadi, Nawaser dan Khaksar, 2017:255) Kualitas produk merupakan suatu kondisi ketika perusahaan menciptakan suatu produk dan jasa yang sesuai dengan standar penciptaan produk, dimana manusia, proses produksi dan lingkungan penciptaan produk memiliki keunggulan-keunggulan

sehingga produk yang diciptakan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

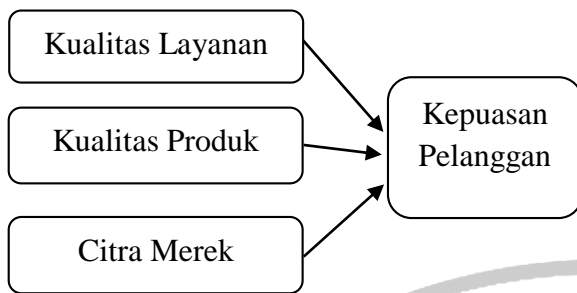
H2 : Kualitas Layanan berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Pelanggan KFC di Surabaya.

### **Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana konsumen merasa senang atau kecewa terhadap suatu produk. Konsumen akan merasa puas akan suatu produk apabila pelanggan tersebut memberikan persepsi terhadap tiga hal : yakni citra pembuat, citra pemakai, citra produk (Kotler dan Amstrong 2018).

Konsumen berpendapat merasa puas dengan produk yang dibeli sesuai dengan apa yang diinginkan dan harapan konsumen. apabila merek sudah memberikan kepuasan maka konsumen biasanya word of mouth yang positif kepada orang terkait dengan merek, guna meningkatkan keuntungan atau laba bagi perusahaan. Pembentukan merek pada produk sangat diperlukan, karena itu merupakan keputusan sikap dari konsumen atau pelanggan terhadap perilakunya. Sehingga citra merek yang positif membawa kepuasan pelanggan.

H3 : Citra merek berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan KFC di Surabaya.



Gambar 1

## KERANGKA PEMIKIRAN

### METODE PENELITIAN

#### Kalifikasi Sampel

Klasifikasi dalam sampel ini adalah terkait variabel independen dan dependent, terkait penelitian yang diteliti terkait analisis kepuasan pelanggan terhadap Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Citra Merek.

Sampel adalah subkelompok populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian ini (Malhotra, 2018). bahwa dalam penelitian yang menggunakan analisis data dengan statistik, jumlah sampel yang terkecil adalah sebesar 30 subjek/objek, tetapi disampaikan oleh pakar peneliti lainnya yang menganggap bahwa sampel jumlah minimum adalah 80 subjek/objek yang dianggap paling tepat.

#### Data dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang asli tanpa

menggunakan media perantara. Data ini dapat berupa opini orang secara individual atau pun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian, kegiatan dan hasil pengujian. Untuk mendapatkan data primer ini sendiri terdapat dua cara, yakni dengan melakukan metode survei, dan metode observasi.

Untuk melakukan pengumpulan data, maka metode pengumpulan data yang akan digunakan adalah metode survei, yaitu dengan cara menyebarkan kuisisioner. Di dalam lembar kuisisioner yang akan disebarkan, peneliti telah menentukan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan objek yang akan diteliti yang akan dijawab oleh responden yang diberikan kuisisioner tersebut agar dapat memahami karakteristik maupun sifat responden. Terdapat beberapa langkah-langkah dalam melakukan pengumpulan data dengan kuisisioner :

1. Menemui responden yang akan di pilih adalah pelanggan atau pernah ke KFC manyar Surabaya.
2. Menyebarkan kuisisioner sesuai dengan sampel yang telah di tentukan peneliti.
3. Melakukan analisis terhadap kuisisioner yang diberikan kepada responden.

#### Teknik Analisis Data

Dalam teknik analisis data ini dijelaskan secara rinci tentang tahap-tahap yang akan dilakukan dalam menganalisis data. Berikut tahap teknik analisis data.

Pertama Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan pada populasi jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya (Sugiyono, 2017 : 147).

Kedua Analisis Statistik adalah Peneliti menggunakan alat uji PLS di mana alat uji ini digunakan untuk menjelaskan apakah terdapat hubungan antar variabel. Model evaluasi yang digunakan dalam menguji dengan alat uji PLS ini menggunakan outer model (model pengukuran measurement model) dan inner model (structural model).

**Definisi Oprasional dan Variabel**

Menurut Julansyah Noor (2018 : 97) definisi operasional merupakan bagian yang mendefinisi konsep / variabel agar dapat diukur, dengan cara dapat melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep variabel penelitian ini mennggunakan 2 jenis

variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Klasifikasi dalam sampel ini adalah terkait variabel terikat dan bebas, terkait penelitian yang diteliti terkait analisis kepuasan pelanggan terhadap Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Citra Merek.

**Kualitas Layanan**

Perceived Service Quality menurut (Grönroos, 1984) merupakan hasil dari proses evaluasi para pelanggan terhadap suatu perusahaan, dimana pelanggan membandingkan keinginan dan harapan pelanggan dengan apa yang telah perusahaan berikan kepada pelanggan

**Kualitas Produk**

Kualitas produk dalam penelitian ini adalah penilaian responden tentang produk makan siap saji dan memiliki kehandalan dalam pengemasan serta rasa nyaman dalam mengkonsumsi produk Kentucky Fried Chicken.

**Citra Merek**

Citra merek didefinisikan segala hal yang terkait dengan merek yang ada di benak konsumen.

**ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 2**

**RESULT FOR INNER WEIGHT**

Variabel	Original Sample Estimate (O)	Mean of Subsamples (M)	Standard Deviation (STEDEV)	T-Statistics ((O/STERR))
----------	------------------------------	------------------------	-----------------------------	--------------------------



KL → K	0.207	0.215	0.102	2.039
KP → K	0.350	0.354	0.087	4.040
KC → K	0.396	0.389	0.115	3.440

Sumber : Pengelolahan PLS

### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, dapat disimpulkan bahwa konstruk Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap konstruk Kepuasan Pelanggan secara langsung. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistic yang lebih besar dari 1,96 yakni sebesar 2,039. Dengan demikian, hipotesis H1 dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas layanan dalam restoran KFC Manyar Surabaya mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran Cepat Saji KFC Manyar Surabaya.

Berdasarkan penelitian dari Echo Perdana Kusumah, bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dalam penelitian penulis sangat berpengaruh kualitas layanan dalam kapasitasnya untuk memuaskan pelanggan, sehingga apabila kualitas pelayanannya buruk atau tidak baik, maka pandangan terhadap mental atau psikologis dari pelanggan akan tidak puas karena tidak seperti dibutuhkan seperti pelanggan dan dianggap menjadi pelanggan yang butuh terhadap pihak restoran. Sangat berakibat fatal apabila restoant tidak memperbaiki dari segi kualitas layanan.

Berdasarkan penelitian Samar Rahi dan Mazuri Abd Ghani kualitas produk mempengaruhi dalam pelayanan di bidang jasa, sangat

dibutuhkan bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa terutama dalam lembaga keuangan, sehingga tuntutan dalam kualitas layanan sangat mempengaruhi dalam kepuasan pelanggan karena dapat memudahkan akses untuk menggunakan jasa tanpa harus bingung, dan nasabah dari bank tidak akan bingung saat melakukan permintaan kepada lembaga keuangan diakibatkan memiliki kualitas pelayanannya dalam lembaga keuangan.

Kualitas dari layanan yang diberikan oleh KFC Manyar Surabaya sangat erat kaitanya dengan kepuasan konsumen. Apabila restoran memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memenuhi harapan, maka Pelanggan merasa puas. Begitu juga sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan merasa tidak puas. Kualitas Pelayanan yang baik yang ditawarkan pada konsumen merupakan daya tarik konsumen untuk tetap setia berkunjung lagi. Pelayanan adalah faktor penting untuk menghantarkan pelanggan agar secara psikologis seperti dianggap seorang raja yang layak untuk dilayani, KFC Manyar Surabaya, memenuhi kualitas pelayanan untuk memberikan

pelayanan kepada pelanggan KFC Manyar Surabaya agar keadaan psikologi dari pelanggan merasa nyaman saat menjadi konsumen di KFC Manyar Surabaya.

### **Pengaruh Kualitas Produksi terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, dapat disimpulkan bahwa konstruk Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap konstruk Kepuasan Pelanggan secara langsung. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistic yang lebih besar dari 1,96 yakni sebesar 4,040. Dengan demikian, hipotesis H2 dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk dalam restoran KFC Manyar Surabaya mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran Cepat Saji KFC Manyar Surabaya.

Kualitas Produk merupakan perihwal penting dalam sebuah perusahaan yang memiliki suatu produk, karena dari sebuah produk, pelanggan atau konsumen dapat menilai bagaimana suatu produk tersebut dapat memuaskannya, dalam hal bidang yang dilakukan seperti KFC, dengan menjual produknya dengan kualitas yang baik, mampu mempengaruhi dari kepuasan pelanggan dan penilaian terhadap produk ayam goreng dari KFC tersebut.

Hasil data kuisioner yang diolah bahwa KFC Manyar Surabaya Sudah mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan secara langsung

terhadap kepuasan pelanggan. Maka Produk KFC digemari oleh pelanggan yang mengkonsumsi di KFC di manyar Surabaya karena kualitas produknya yang menciptakan kepuasan pelanggan yang mengkonsumsi tersebut.

### **Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, dapat disimpulkan bahwa konstruk Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap konstruk Kepuasan Pelanggan secara langsung. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistic yang lebih besar dari 1,96 yakni sebesar 3,440. Dengan demikian, hipotesis H3 dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Citra Merek dalam restoran KFC Manyar Surabaya mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran Cepat Saji KFC Manyar Surabaya.

Produk dikatakan berbeda karena adanya suatu merek. Merek juga memberi sebuah janji dengan tujuan untuk memberikan manfaat produk atau jasa kepada pembeli. Merek yang baik akan memberikan jaminan kualitas.

Menurut Tjiptono (2018) merek adalah penanda yang dibuat oleh seseorang dengan menggunakan sebuah simbol sebagai penanda akan produk yang dibuat. Merek menandakan terjadinya hubungan antara penjual dan pembeli. Merek yang berkualitas menandakan kualitas barang yang dijual baik,

Suatu produk memiliki citra merek yang baik bisa dilihat dari faktor pembentuk citra. Perusahaan harus mengetahui bagaimana menciptakan citra merek yang baik.

Citra merek yang dibangun oleh KFC Manyar Surabaya selama bertahun-tahun memberikan rasa kepercayaan kepada pelanggan KFC atau Konsumen KFC terkait mampu untuk memuaskan pelanggan meskipun mereka pun baru pertama kali. Karena Citra merek merupakan suatu gambaran yang diberikan oleh pihak perusahaan untuk memberikan rasa kepuasan yang dapat memenuhi ekspektasi dari pelanggan diakibatkan karena memiliki citra merek yang baik. Sehingga pelanggan merasa puas atas apa yang di berikan oleh KFC Manyar Surabaya, Karena dapat memenuhi ekspektasinya sesuai dengan citra merek KFC tersebut.

## **SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal : (1) Hasil uji hipotesis pertama, Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan, Kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dipenuhi oleh kualitas layanan yang diakibatkan terpenuhinya permintaan dari konsumen oleh KFC Manyar Surabaya. (2) Hasil uji hipotesis kedua, Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan, Kualitas

Produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, diakibatkan produk yang dijual oleh KFC Manyar Surabaya memberikan kepuasan terhadap Pelanggannya, karena kualitas bahan, resep, dan kondisi ketahanan makanannya, yang mampu memenuhi kebutuhan dari konsumen terhadap produk KFC manyar tersebut disukai oleh pelanggan KFC Manyar Surabaya. (3) Hasil uji hipotesis ketiga, Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan, diakibatkan pembentukan citra merek yang dibangun oleh KFC selama bertahun-tahun dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Sehingga Citra merek mampu memenuhi keinginan pelanggan yang memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Maka citra merek berpengaruh dalam kepuasan pelanggan.

### **Keterbatasan Peneliti**

Pelaksanaan penelitian masih memiliki beberapa keterbatasan yaitu : (1) Kesulitan pemberian kuisioner yang di berikan kepada responden pelanggan KFC Manyar Surabaya. Karena belum tentu pelanggan KFC Manyar Surabaya mengisi kuisioner tersebut. (2) Responden yang menerima kuisioner tidak mengisi kuisioner tersebut. (3) Responden menolak mengisi kuisioner tersebut.

### **Saran**

Bagi peneliti lain hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan variabel penelitian seperti kualitas

produk, harga, dan lokasi, sehingga dapat diperoleh variabel-variabel lain yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bagi perusahaan PT. Kentuky Fried Chiken dapat mempertahankan kan dari segi kualitas layanan, kualitas produk dan citra merek untuk kepuasan pelanggan, karena dari hasil konsistensi yang dilakukan oleh KFC kepada pelanggan atau pun konsumen KFC manyar surabaya, berdampak terhadap kepuasan pelanggan yang selama ini puas terhadap apa yang diberikan oleh KFC Manyar Surabaya.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Amstrong and Kotller, (2019). *Fudamental Marketing*. Mexico : Pearson prentice hall.
- Assawri, Sofjan, (2018). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta : CV.Rajawali.
- Dharmayanti, diah. (2019) . “Analisa Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Advocacy dengan Perceived Service Quality dan Customer Engagement sebagai Variabel Intervening” Pada Virtual Hotel Operator Reddoorz. Surabaya : Jurnal Manajemen Indonesia.
- Ferrel, O.C. and Hartline, B. (2018). *Marketing Strategy*, 5th ed., Cengage Learning, New York, NY
- Frimpong, Owsu. (2018). “Branding and Positioning in Base of the Pyramid Markets in Africa”, Routledge.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update*.
- Hasan, A. and SE, M., (2014). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, cetakan kedua. Yogyakarta: Caps.
- Hurriyati, Ratih. (2017). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ismail, Muhammad. (2017). *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*, cetakan pertama. Kediri. : IPB Press.
- Y.L. and Utomo, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)*. Among Makarti Vol. 10(19).
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Bandung:Alfa Beta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Susnita, Tia Aprilia. (2020). ”Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada hotel Libra kadipaten Kabupaten Majalengka”. *Juripol* Vol. 3 No.1, 73-84.

