PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, KUALITAS MAKANAN, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN "KFC" DI KOTA SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Studi Manajemen

Oleh :

RIZKY DY REVEN VIRGIO
2015210099

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2020

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama	: Rizky Dy Reven Virgio
Tempat, Tanggal Lahir	: Gresik, 8 September 1996
N.I.M	: 2015210099
Program Studi	: Manajemen
Program Pendidikan	: Sarjana
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Makanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan KFC di Kota Surabaya

Disetujui dan Diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal : ……..

(Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M)
NIDN: 0721036902

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Tanggal : ……

(Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D)
NIDN: 0719047701

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, KUALITAS MAKANAN, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS

PELANGGAN "KFC" DI KOTA SURABAYA

Rizky Dy Reven Virgio
STIE PERBANAS Surabaya
Email : 2015210099@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

This study aims (1) to examine the significance of the effect of service quality on customer satisfaction at KFC in Surabaya (2) to examine the significance of the effect of price on customer satisfaction at KFC in Surabaya (3) to examine the significance of the effect of food quality on customer satisfaction at KFC in Surabaya (4) to examine the significance of satisfaction. customer loyalty to KFC consumers in Surabaya. The method used in this research is the causal method. The results of the study of service quality on customer satisfaction have a significant effect on customer satisfaction. Price on customer satisfaction has a significant effect on customer satisfaction. Food quality on customer satisfaction has a significant effect on customer satisfaction. Customer satisfaction on customer loyalty has a significant effect on customer loyalty. In this study, it is explained that 62 percent of customer satisfaction is influenced by the variables in the study. 55 percent of loyalty is influenced by customer satisfaction variables.

Keywords : Surabaya, KFC, service quality, price, food quality, customer satisfaction, customer loyalty.

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan saat ini sangat lah pesat, sebagian banyak orang sekarang sangat membutuhkan apapun yang instan dikarenakan

terlalu sibuk pada orang tersebut. Terutama di wilayah Surabaya. Ini membuat masyarakat untuk memilih instan seperti contoh dalam produk makanan *Fast Food* agar memenuhi kebutuhan primer dengan mudah dan cepat didapatkan. Untuk memenuhi keinginan para masyarakat ini, para pebisnis ini membuat peluang bisnis yang menjajikan. Salah satu contoh perusahaan tersebut adalah PT. *FastFood Kentucky Fried Chicken* atau yang dikenal banyak masyarakatyaitu namanya KFC. Dengan adanya KFC ini para masyarakat Surabaya mendapatkan solusi yang dapat membuat kebutuhan primernya terwujudkan yang tidak repot menunggu juga sangat mudah di dapatkan. Dalam kota Surabaya ini perusahaan *Fast Food* tidak hanya KFC saja tetapi ada beberapa perusahaan yang menciptakan produk seperti KFC yaitu *Fast Food,* lalu perusahaan tersebut memiliki *Store* di Surabaya hal ini dapat kita lihat berapa banyak *Store* yang dimiliki perusahaan *Fast Food* di Surabaya yang berjenis *Fried Chicken* yang sudah terkenal dikalangan manapun. KFC adalah salah satu tempat makanan yang menyajikan makanan berjenis ayam serta produk-produk yang berkaitan daging. Produk yang dimiliki KFC seperti ayam goreng, kentang goreng, burger, *spagetti* serta juga ada produk seperti perkedel, soup ayam, nasi bento yang memiliki 3 varian rasa. KFC tidak hanya menjual makanan tetapi juga menjual minuman seperti *soft drink, float, tea*. KFC membuka *Store* di berbagai kota besar yang terletak di Indonesia. KFC mengalami kesuksesan di berbagai kota besar salah satunya kota Surabaya. Suksesnya KFC dalam industri makanan *Fast Food* dikarenakan strategi-strategi yang dimiliki seperti kualitas makanan, Strategi tersebut yang dipakai oleh perusahaan kualitas produk, harga, kualitas layanan. Strategi tersebut yang dipakai oleh perusahaan KFC sehingga bisa sebesar sekarang ini.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penlitian ini adalah untuk menguji signifikansi dari pengaruh kepuasaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Surabaya, serta signifikansi pengaruh

harga terhadap kepuasan pelanggan KFC di Surabaya, signifikansi pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Surabaya, signifikansi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen KFC di Surabaya.

II. Tinjauan Pustaka

Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman et al (1994) dalam Asmara Indahingwati (2019 : 23) kualitas layanan merupakan ukuran penilaian penyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik.

Harga

Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan layanan yang menyertai (Stanton, 2000) dalam Siti Nurhayati (2017:62).

Kualitas Makanan

Menurut Namkung, Jang (2007) dalam Dahlan Abdullah, Norhamizan Hamir, Norfezah Md Nor, Jayaraman Krishnaswamy, Ainatul Mardhiah Mohamed Rostum (2018:214) kualitas makanan dikaitkan dengan nilai-nilai utilitarian. Gagasan kualitas makanan ditentukan oleh biaya makanan, rasa, porsi makanan, pilihan menu dan pilihan kesehatan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan (dalam Meithiana Indrasari, 2019:84) adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berubah kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas menurut Kotler dan Keller (2009) dalam buku Anang Firmansyah (2019:143) “Komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”.

Hubungan Antar Variabel

Pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil penelitian Raditha

Hapsari, Michael D. Clemes and David Dean (2017) yang menyatakan ada hubungan positif yang sangat signifikan pada kualitas layanan ke kepuasan pelanggan.

H1: kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Surabaya.

Pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil penelitian R. Ali dan A.Y Bani Hashim (2017) bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ketika pelanggan tersebut mendapat harga yang relatif dan memberikan manfaat yang setara atau lebih.

H2: harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Surabaya.

Pengaruh variabel kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil penilitian dari Dahlan Abdullah, Norhamizan Hamir, Norfezah Md Nor, Jayaraman Krishnaswamy, Ainatul Mardhiah Mohamed Rostum (2018) yang mengatakan kualitas makanan berpengaruh positif signifikan kepada kepuasan pelanggan.

H3: kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Surabaya.

Pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan hasil penelitian dari Radhita Hapsari, Michael D. Clemes, David Dean (2017) mengatakan bahwa ada hubungan signifikan positif pada kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

H4: kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan KFC di Surabaya.

III. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Makanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan KFC Di Kota Surabaya. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode survei dimana peneliti mengajukan

beberapa pertanyaan seputar tentang penelitian ini dalam bentu kuesioner secara *online* Responden tidak bisa ditemui secara langsung di lokasi keramaian seperti yang direncanakan semula karena interaksi secara fisik dengan banyak orang akan mendatangkan risiko di era pandemi ini. Solusinya adalah dengan menyebarkan *link* kuesioner *online* melalui komunitas sosial media.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan ada dua jenis yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel tersebut dibagi seperti berikut:

1. Variabel independen (X) :
   a. Kualitas layanan = X1
   b. Harga = X2
   c. Kualitas makanan = X3
2. Variabel dependen (Y) :
   a. Kepuasan pelanggan = Y1
   b. Loyalitas pelanggan = Y2

Definisi Operasional

1. Kualitas layanan

Kualitas layanan merupakan persepsi responden atas produk KFC yang berkualitas, yang diukur dengan menggunakan indikator : kinerja, kualitas makanan.

2. Harga

Harga merupakan penilaian responden penetapan harga yang dilakukan KFC, yang diukur dengan menggunakan indikator : harga wajar, penilaian responden atas harga produk KFC yang sesuai dengan produk yang diperoleh, harga yang dapat diandalkan, penilaian responden atas harga produk KFC yang memberikan keuntungan lebih..

3. Kualitas Makanan

Kualitas makanan merupakan penilaian responden terhadap produk makanan yang disajikan KFC, yang diukur dengan menggunakan indikator: biaya makanan, rasa, porsi makanan, pilihan menu dan kesehatan.

4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian responden atas tingkat kepuasan yang dirasakan pada produk KFC, yang diukur dengan menggunakan indikator: Kualitas

produk, Kualitas layanan, Emosional, Harga, Biaya.

5. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan penilaian responden terhadap loyalitas disajikan KFC, yang diukur dengan menggunakan indikator : niat beli kembali, ketahanan untuk beralih, keinginan untuk merekomendasikan produk pada orang lain.

Pengukuran Variabel

Pengukuran variable dalam penelitian ini menggunakan skala likert 5 point dimana masing-masing pernyataan diberikan skor 1 sampai 5 dengan rumusan sebagai berikut :

interval kelas =

$$\frac{nilaitertinggi - nilaiterendah}{jumlahkelas} = \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Dari interval kelas tersebut, dapat diketahui batasan nilai masing-masing kelas, sebagaimana tercantum dalam Tabel 3.1

Tabel 3.1
TABEL INTERVAL KELAS

Interval	Pilihan Jawaban	Kategori	Nilai
1,00 ≤ a ≤ 1,80	STS	Sangat Tidak Setuju	1
1,80 < a ≤ 2,60	TS	Tidak Setuju	2
2,60 < a ≤ 3,40	N	Netral	3
3,40 < a ≤ 4,20	S	Setuju	4
4,20 < a ≤ 5,00	SS	Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono, 2015:148

IV. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

UJI VALIDITAS

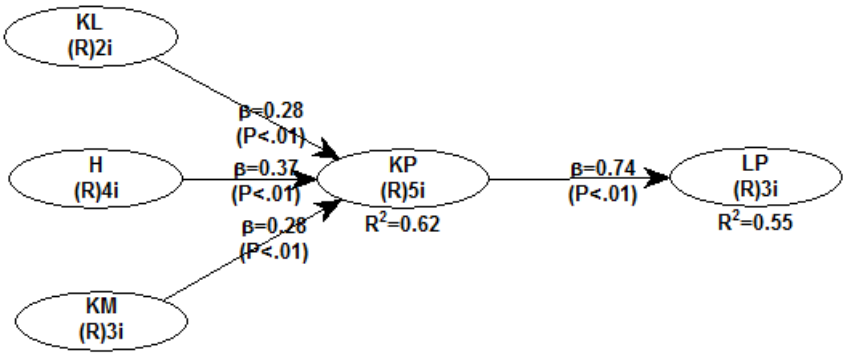
Variabel	Convergent Validity					Discriminant Validity	
	KL	H	KM	KP	LP	AVE	keterangan
KL	**(0,868)**	0,498	0,677	0,640	0,556	0,754	**Valid**
H	0,498	**(0,805)**	0,408	0,627	0,500	0,647	**Valid**
KM	0,677	0,408	**(0,792)**	0,598	0,562	0,628	**Valid**
KP	0,640	0,627	0,598	**(0,722)**	0,730	0,522	**Valid**
LP	0,556	0,500	0,562	0,730	**(0,842)**	0,708	**Valid**

UJI RELIABILITAS

Variabel	Kode Item	Uji Reliabilitas	
		Loading Factor	Composite Reliability
Kualitas Layanan	KL1	0,868 (reliabel)	0,860 (reliabel)
	KL2	0,868 (reliabel)	
Harga	H1	0,721 (reliabel)	0,880 (reliabel)
	H2	0,853 (reliabel)	
	H3	0,853 (reliabel)	
	H4	0,803 (reliabel)	
Kualitas Makanan	KM2	0,718 (reliabel)	0,834 (reliabel)
	KM3	0,851 (reliabel)	
	KM4	0,802 (reliabel)	
Kepuasan Pelanggan	KP1	0,603 (reliabel)	0,844 (reliabel
	KP2	0.745 (reliabel)	
	KP3	0.756 (reliabel)	
	KP4	0.751 (reliabel)	
	KP5	0.745 (reliabel)	
Loyalitas Pelanggan	LP1	0.827 (reliabel)	0,879 (reliabel)
	LP2	0.878 (reliabel)	
	LP3	0.819 (reliabel)	

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel kualitas layanan, harga, kualitas makanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan dinyatakan valid. Pada *loading factor* variabel kualitas layanan ada indikator yang tidak reliabel yaitu KM1. Indikator yang dinyatakan tidak reliabel harus dihapus dan tidak dapat digunakan untuk analisis. Selain itu, pengujian juga dilakukan dengan menggunakan nilai *composite reliability*. Hasil pengujian tersebut menunjukkan nilai dari keseluruhan variabel pada *composite reliability* diatas 0,7 sehingga dinyatakan penelitian tersebut reliabel.

Pengujian Hipotesis



Sumber : Warp PLS 7.0,

HASIL ESTIMASI MODEL

Hasil estimasi model untuk *path coefficient, p-values* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

PATH COEFFICIENT, P-VALUES

Hipotesis	Keterangan	Path Coefficient	P-values	Hasil pengujian
H1	KL →KP	0,277	<0.001	H1 diterima
H2	H →KP	0,371	<0.001	H2 diterima
H3	KM →KP	0,284	<0.001	H3 diterima
H4	KP →LP	0,742	<0.001	H4 diterima

Berikut ini adalah ringkasan tabel *squared coefficient* sesuai dengan hasil estimasi model untuk *R-* tabel berikut ini

R-SQUARED COEFFICIENT

Keterangan	R-squared
KP	0,62
LP	0,55

Berdasarkan pada tabel diatas peneliti melakukan analisis pengujian hipotesis sebagai berikut.

1. Hipotesis 1

Hasil estimasi model menunjukan nilai koefisien β dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan bernilai positif dengan *p-values* sebesar 0,001dan nilai *path coefficient* 0,227. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dapat diterima.

2. Hipotesis 2

Hasil estimasi model menunjukan nilai koefisien β dari harga terhadap kepuasan pelanggan bernilai positif dengan *p-values* sebesar 0,001dan nilai *path coefficient* 0,371. Hal ini membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dapat diterima.

3. Hipotesis 3

Hasil estimasi model menunjukan nilai koefisien β dari kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan bernilai positif dengan *p-values* sebesar 0,001dan nilai *path coefficient* 0,284. Hal ini membuktikan bahwa kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dapat diterima.

4. Hipotesis 4

Hasil estimasi model menunjukan nilai koefisien β dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bernilai positif dengan *p-values* sebesar 0,001dan nilai *path coefficient* 0,742. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dapat diterima.

5. R-squared (R^2)

Berdasarkan tabel 4.12 hasil estimasi model menunjukan nilai R^2 pengaruh variabel kualitas layanan, harga, kualitas makanan, terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,62, sedangkan nilai R^2 pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,55. Hal ini menjelaskan bahwa 62 persen kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel dalam penelitian. 55 persen loyalitas di pengaruhi variabel kepuasan pelanggan. Hasil *R-squared* yaitu 0,62 dan 0,55 maka model dikatakan model kuat karena memiliki nilai *R-squared* $\leq$ 0,70 (Imam Ghozali, Hengky latan, 2015).

V. Kesimpulan, Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dijelaskan, maka peneliti dapat menyimpulkan jawaban dari perumusan masalah serta pembuktian hipotesis penelitian dari hasil pengujian yang telah dilakukan adalah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Surabaya, harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Surabaya, kualitas makanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Surabaya, kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan KFC di Surabaya

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan penelitian, diantaranya adalah dengan era pandemi ini membuat peneliti sulit untuk mencari responden meskipun menggunakan *google form* dan membutuhkan waktu lama untuk mencari responden yang tidak bertemu langsung, tidak semua kuesioner sesuai dengan kriteria yang diharapkan oleh peneliti.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu dan penelitian sekarang maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan agar bisa mendapatkan hasil penelitian yang lebih sempurna. Saran yang diberikan oleh peneliti adalah bagi Perusahaan KFC Sebaiknya pihak KFC mempertimbangkan harga serta memberikan promo yang menarik agar membuat konsumen tertarik. Serta dari segi rasa harus menjaganya terus-menerus. Meningkatkan kembali kualitas layanan agar konsumen terpenuhi keinginannya. Menciptakan produk baru agar tidak kalah dengan pesaingnya. Dimasa pandemi saat ini para pegawai KFC selalu mengingatkan pengunjung untuk menjaga jarak dan tidak berkerumunan serta memberikan jarak pada tempat duduk agar tidak bersampingan dan diberikannya *Hand Sanitizer* di setiap gerai KFC

Surabaya, bagi peneliti selanjutnya hasil dari penelitian ini mampu memberikan beberapa saran bagi peneliti selanjutnya dan memberikan informasi pustaka bagi pihak yang membutuhkannya, bagi Pemerintah Surabaya diharapkan selalu mengawasi setiap gerai KFC agar tidak melebihi kapasitas jumlah pengunjung dikarenakan di masa pandemi COVID-19 ini selalu menjaga jarak dan tidak diperbolehkan berkerumunan serta selalu memberikan peraturan di setiap gerai agar selalu menggunakan masker untuk pegawai dan pengunjung.

Daftar Rujukan

Asmara Indahingwti. 2019. *Kepuasan Konsomen dan Citra Institusi Kepolisian pada Kulitas Layanan SIM CORNER Di Indonesia.* Surabaya : CV. Jakad Publishing Surabaya

Dahlan Abdullah, Norhamizan Hamir, Norfezah Md Nor, Jayaraman Krishnaswamy, Ainatul Mardhiah Mohamed Rostum. 2018. "Food Quality,ServiceQuality, Price Fairness and Restaurant Re-Patronage Intention: TheMediating Role of Customer Satisfaction*". International Journal of Academic Research In Business And Social Sciences.* Vol. 8, No. 17.

Imam Ghozali, Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang : BP Undip.

M. Anang Firmansyah. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (*Planing & Strategy).*

Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media.

Meithiana Indasari. 2019. "Pemasaran & Kepuasan Pelanggan". Surabaya : Unitomo Press

R. Ali and A. Y. Bani Hashim. 2017."Integrating Policies, Practices and Emarketing Examination on Customer Satisfaction Capability for Scholarly Publishing in Malaysian Public Universities.*". International Journal of Human and Technology Interaction.*Vol. 1, No. 1.

Raditha Hapsari, Michael D. Clemes and David Dean. 2017."The impact ofservicequality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty*". International Journal of Quality and Service Sciences.*Vol. 9, No. 1. Hal. 21-40.

Siti Nurhayati. 2017. "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi TerhadapKeputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta".*Journal of Bussines Management And Accounting.*Vol. IV, No 2.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (mix Methods).* Bangdung : alfabeta

Tjahjono Djatmiko, Rezza Pradana. 2016. "Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia – Social and Behavior Sciences 219.* Hal. 221-227.