

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAMCDONALD'S ARTHA GADING  
DAN KFC KELAPA GADING**

Oleh :

Nama : Desy Permata Sary

Nim : 21130528

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**AGUSTUS 2017**

## PENGESAHAN

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MCDONALD'S ARTHA GADING DAN KFC KELAPA GADING

Diajukan Oleh :

Nama : Desy Permata Sary

NIM : 21130528

Jakarta, 15 Agustus 2017

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Prof. Husein Umar, M.B.A.,M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2017



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

Desy Permata Sary / 21130528 / 2017 / Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada KFC Kelapa Gading dan McDonald's Artha Gading / Prof. Dr. Husein Umar, M.B.A., M.M.

Di era globalisasi yang semakin berkembang ini, yang didukung oleh kemajuan teknologi yang semakin canggih. Kondisi ini membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis yaitu persaingan yang semakin tinggi. Persaingan menuntut setiap perusahaan untuk memperhatikan keinginan dan memenuhi harapan konsumen. Hal ini membuat banyaknya peluang usaha dan jenis bisnis baru yang muncul seperti bisnis waralaba yang cukup fenomenal hingga sekarang. Di Indonesia, waralaba menjadi pilihan yang banyak diminati terutama di bidang makanan. Sudah banyak restoran cepat saji yang merupakan bisnis waralaba sukses seperti KFC dan McDonald's. Bagi produsen, hal ini akan menimbulkan suatu ancaman, karena apabila semakin banyak produk dan jasa baru yang di tawarkan maka itu berarti pesaing semakin banyak. Untuk itu perusahaan harus mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen dengan menerapkan kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi terhadap kepuasan konsumen .

Dalam penelitian ini memiliki beberapa variabel yaitu Kualitas produk yang terdiri dari 9 dimensi yaitu bentuk, ciri-ciri produk, kinerja, kesesuaian, ketahanan, kehandalan, kemudahan perbaikan, gaya dan desain. Sedangkan kualitas layanan terdiri dari 5 dimensi yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Serta promosi terdiri dari 6 dimensi yaitu personal selling, promosi penjualan, public relations, direct marketing, online marketing dan advertising. Kepuasan pelanggan terdiri dari 5 dimensi yaitu overall customer satisfaction, perceived value, afektif respon, fulfilling important needs, teori kepuasan, fulfilling changing and new needs. Kepuasan konsumen adalah kinerja produk sesuai dengan harapan konsumen, apabila kinerja sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dan menyebarkannya kepada 120 responden yang adalah konsumen dari McDonald's Artha Gading dan KFC Kelapa Gading. Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji validitas, reliabilitas, skala likert, uji regresi berganda, dan uji asumsi klasik dengan alat bantu yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 21.0.

Penelitian ini mendapatkan hasil dengan berdasarkan analisis regresi berganda dan korelasi, maka di dapatkan hasil bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini ialah secara keseluruhan kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti konsumen merasa puas dengan kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi yang diberikan oleh McDonald's Artha Gading dan KFC Kelapa Gading. Dari hasil yang diperoleh, menurut 120 responden menyatakan bahwa McDonald's Artha Gading lebih baik dari KFC Kelapa Gading.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## Abstract

*Desy Permata Sary / 21130528 / 2017 / The Impact of Product Quality, Service Quality, and Promotion on Consumer Satisfaction At KFC Kelapa Gading and McDonald's Artha Gading / Prof. Dr. Husein Umar, M.B.A., M.M.*

*In this era of globalization that continues to grow. Which is supported by increasingly sophisticated technological advances. This condition brings a great impact also for the development of the business world that is increasingly high competition. Competition requires every company to noticeable to desire and fulfill consumer expectations. This matter making more and more business opportunities and new business types emerging like a franchise business is quite phenomenal until today. In Indonesia, the franchise business is a popular choice, especially in the field of food. There are many fast food restaurants that are successful franchises such as KFC and McDonald's. For manufacturers, of course this will pose a threat. Therefore, if the increasing of new products and services on offer, the more competitors that make the competition tighter. For that companies should be able to create for consumer satisfaction by applying the product quality, the quality of services, and promotion on customer satisfaction.*

*In this research having several variables the product quality consisting of 9 dimensions namely the form of, the characteristics of products, performance, conformity, security, the best thing, ease improvement, the style and design. While the quality of services consisting of 5 dimension is dependability, responsiveness, insurance, empathy and physical evidence. As well as promotion consisting of 6 dimensions namely the selling, sales promotions, public relations, direct marketing, online marketing and advertising. Customer satisfaction consisting of 5 dimensions the overall customer satisfaction, perceived value, affective response, fulfilling is important, the theory satisfaction, fulfilling and new is changing. Customer satisfaction is a product in conformity with expectation consumers, when performance as expected and consumers would be satisfied. Research method used is descriptive method by gathering data via questionnaires and spread them to 120 respondents who is consumers from Mcdonald Artha Gading and KFC Kelapa Gading. A measuring instrument used in this research was test validity, reliability, likert scale, test of multiple regression, and the assumption an the tools used to analyze data is spss 21.0.*

*This research get based on regression analysis and the correlation, so that get the product quality, the quality of services, and promotion have significant influence of customer satisfaction. This research produce conclusion that the overall quality products, the quality of services, and promotion have a significant influence toward customer satisfaction, which means consumers are satisfied with product quality, the quality of services, and promotion given by Mcdonald's Artha Gading and KFC Kelapa Gading.*

*From the results of that which has accrued, according to 120 of respondents said that a restaurant Mcdonald's Artha Gading better than KFC Kelapa Gading.*

**Keywords:** *Quality products, The Quality of Services, Promotion, Customer Satisfaction*



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus sebagai sumber kekuatan, semangat dan sumber kehidupan, berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi, baik berupa bimbingan, nasihat, petunjuk maupun dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis khususnya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Husein Umar, M.B.A., M.M. selaku dosen pembimbing yang baik dan dengan penuh kesabaran serta perhatian untuk bersedia menyumbangkan tenaga, pikiran dan waktu untuk memberikan bimbingan, kritik dan masukan-masukan berharga dalam skripsi ini.
2. Seluruh dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjalankan proses kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1 (Strata Satu).
3. Para staf perpustakaan Kwik Kian Gie School of Business yang senantiasa membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Papa dan Mama, serta kedua kakak dan satu adik yang senantiasa mendukung, membimbing dan selalu mendoakan untuk terselesainya skripsi ini.
5. Teman-teman dan komunitas (Keluarga Mahasiswa Katolik Kwik Kian Gie), Grup team Cap & Ironman ( Cindy, Melisa, Krisnadi, Adit, Marshel, Alvin, Marius, Adrian, Patrick, Gerald, Alfon, Matthews), Grup seperjuangan skripsi ( Fara, Icha, Dimas, Theo, Michael, Reinaldi), dan sahabat-sahabat ( Devina Tedja, Carina, Camila, Lidya)



serta teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang selalu memberikan dukungan dan masukan kepada penulis.

6. Pimpinan cabang dan seluruh rekan kerja perusahaan Asuransi Bina Dana Arta.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis selama ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menjadi masukan bagi penulis untuk dikemudian hari. Demikian skripsi ini dibuat, semoga dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca.

Jakarta, 15 Agustus 2017

Penulis

Desy Pemata Sary





## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR GRAFIK .....	xviii
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Batasan Masalah .....	11
D. Batasan Penelitian .....	11
E. Rumusan Masalah .....	12
F. Tujuan Penelitian .....	12
G. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
A. Landasan Teori.....	14
1. Kualitas Produk.....	14
(1). Konsep Produk .....	14
(2). Dimensi Kualitas Produk .....	15

© Hak cipta milik IBIKKG Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Ditunduk Untuk Pendidikan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(3). Sifat Produk .....	16
(4). Klasifikasi Produk .....	17
(5). Produk sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian .....	20
2. Kualitas Layanan .....	24
(1). Konsep dan Pengertian Kualitas Layanan.....	24
(2). Dimensi Kualitas Layanan .....	25
(3). Karakteristik Kualitas Jasa .....	26
(4). Manfaat Kualitas Layanan .....	28
3. Promosi .....	29
(1). Definisi Promosi .....	29
(2). Dimensi Promosi .....	30
(3). Strategi Bauran Promosi.....	38
4. Kepuasan Konsumen .....	39
(1). Definisi Kepuasan Konsumen.....	39
(2). Konsep Kepuasan Pelanggan .....	40
(3). Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	41
(4). Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	43
(5). Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	44
B. Penelitian Terdahulu .....	45
C. Kerangka Pemikiran .....	47
D. Hipotesis Penelitian.....	49
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
A. Objek Penelitian.....	50
B. Desain Penelitian .....	50
C. Variabel Penelitian .....	53
1. Variabel Independent .....	53
(1). Kualitas Produk .....	53
(2). Kualitas Layanan .....	55
(3). Promosi.....	57
2. Variabel Dependent .....	60
(1). Kepuasan Pelanggan .....	60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Teknik Pengumpulan Data.....	63
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	63
F. Teknik Analisis Data .....	63
1. Teori Uji Validitas .....	64
2. Teori Uji Reliabilitas.....	65
3. Teori Analisis Deskriptif .....	66
4. Teori Uji Parsial.....	68
5. Teori Uji F .....	68
6. Teori Uji Asumsi Klasik .....	69
(1). Teori Uji Normalitas .....	69
(2). Teori Uji Multikolinieritas .....	70
(3). Teori Uji Heterokedastisitas .....	70
(4). Teori Uji Autokorelasi .....	70
7. Teori Analisis Regresi Berganda .....	71
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	72
1. KFC Kelapa Gading .....	72
2. McDonald’s Artha Gading .....	75
B. Teknik Analisis Data .....	77
1 Uji Validitas .....	77
(1). Uji Validitas untuk Kualitas Produk .....	78
(2). Uji Validitas untuk Kualitas Layanan .....	78
(3). Uji Validitas untuk Promosi .....	79
(4). Uji Validitas untuk Kepuasan Pelanggan .....	79
2. Uji Reliabilitas .....	80
(1). Uji Reliabilitas untuk Kualitas Produk .....	80
(2). Uji Reliabilitas untuk Kualitas Layanan .....	80
(3). Uji Reliabilitas untuk Promosi .....	81
(4). Uji Reliabilitas untuk Kepuasan Pelanggan .....	81
C Analisis Deskriptif .....	82
1 Profil Responden .....	82
2 Analisis Deskriptif Indikator (McDonald’s).....	83
(1). Kualitas Produk.....	83
(2). Kualitas Layanan.....	88

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(3). Promosi .....	93
(4). Kepuasan Pelanggan .....	97
3. Analisis Deskriptif Indikator (KFC) .....	102
(1). Kualitas Produk .....	102
(2). Kualitas Layanan .....	106
(3). Promosi .....	112
(4). Kepuasan Pelanggan .....	117
(5). Perbandingan McDonald’s Artha Gading dan KFC Kelapa Gading .....	122
4 Analisis Inferensial .....	124
(1). Uji Asumsi Klasik .....	124
(2). Analisis Regresi.....	127
D. Pembahasan .....	130
<b>BAB V : SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>144</b>
A. Simpulan .....	144
B. Saran.....	146
DAFTAR PUSTAKA .....	153
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	156

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR TABEL

Halaman

### BAB I

Tabel 1.1	Estimasi jumlah WaraLaba 5 tahun terakhir .....	2
Tabel 1.2	Daftar Top Brand kategori Fastfood.....	3
Tabel 1.3	Pendapatan KFC (dalam 5 tahun) .....	4
Tabel 1.4	Total pendapatan McDonald’s (dalam 4 tahun) .....	5
Tabel 1.5	Total pendapatan McDonalds (dalam triwulan) .....	6
Tabel 1.6	Hasil Pra Penelitian.....	8
Tabel 1.7	Research Gap .....	9

### BAB II

Tabel 2.1	Penelitian terdahulu kualitas produk terhadap.....	45
	kepuasan konsumen	
Tabel 2.2	Penelitian terdahulu kualitas layanan terhadap .....	46
	kepuasan konsumen	
Tabel 2.3	: Penelitian terdahulu promosi terhadap .....	47
	kepuasan konsumen	

### BAB III

Tabel 3.1	: Variabel-variabel dan Indikator-indikator Kualitas Produk .....	55
Tabel 3.2	: Variabel-variabel dan Indikator-indikator Kualitas Layanan .....	57
Tabel 3.3	: Variabel-variabel dan Indikator-indikator Promosi .....	59
Tabel 3.4	: Variabel-variabel dan Indikator-indikator Kepuasan Konsumen .....	62

### BAB IV

Tabel 4.1	Uji Validitas Kualitas Produk .....	78
Tabel 4.2	Uji Validitas Kualitas Layanan .....	78
Tabel 4.3	Uji Validitas Promosi .....	79

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.4 : Uji Validitas Kepuasan Konsumen .....	79
Tabel 4.5 : Uji Reliabilitas Kualitas Produk .....	80
Tabel 4.6 : Uji Reliabilitas Kualitas Layanan .....	80
Tabel 4.7 : Uji Reliabilitas Promosi .....	81
Tabel 4.8 : Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen .....	81
Tabel 4.9 : Persentase responden berdasarkan jenis kelamin .....	82
Tabel 4.10 : Persentase responden berdasarkan umur .....	82
Tabel 4.11 : Persentase responden berdasarkan pekerjaan .....	83
<b><u>Untuk Objek McDonald's Artha Gading</u></b>	
Tabel 4.12 : Produk dari restoran ini memiliki bentuk dan tampilan yang menarik .....	83
Tabel 4.13 : Produk dari restoran ini memiliki porsi yang lebih banyak dari pesaing .....	84
Tabel 4.14 : Restoran ini memiliki produk yang sesuai dengan tampilan menu .....	84
Tabel 4.15 : Restoran ini memiliki menu yang bervariasi serta terdapat menu yang spesial pada waktu tertentu .....	85
Tabel 4.16 : Produk restoran ini memiliki ketahanan yang baik setelah beberapa waktu .....	85
Tabel 4.17 : Restoran ini menyajikan makanan dengan kondisi yang baik .....	86
Tabel 4.18 : Restoran ini memiliki produk dengan rasa yang enak .....	87
Tabel 4.19 : Restoran ini memiliki kemasan produk yang unik .....	87
Tabel 4.20 : Karyawan dari restoran ini memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan .....	88
Tabel 4.21 : Karyawan restoran ini memberikan pesanan dengan cepat .....	88
Tabel 4.22 : Karyawan restoran ini cepat tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen .....	89
Tabel 4.23 : Karyawan restoran ini sigap menangani kebutuhan konsumen .....	89

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dilindungi dengan hak cipta. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan kembali tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**  
**Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.24 : Karyawan restoran ini memiliki pengetahuan yang baik .....	90
C tentang produk	
Tabel 4.25 : Karyawan restoran ini berkomunikasi dengan konsumen .....	90
secara ramah	
Tabel 4.26 : Kemudahan bagi pelanggan dalam menyampaikan kritik .....	91
dan saran terhadap pelayanan di restoran	
Tabel 4.27 : Karyawan restoran memberikan perhatian individual .....	91
kepada konsumen	
Tabel 4.28 : Restoran ini memiliki karyawan yang berpenampilan rapi .....	92
Tabel 4.29 : Restoran ini mempunyai lahan parkir yang memadai .....	92
bagi pelanggan	
Tabel 4.30 : Restoran ini memberikan potongan harga yang lebih banyak di .....	93
bandingkan pesaingnya	
Tabel 4.31 : Restoran ini menawarkan paket dengan harga yang murah .....	94
Tabel 4.32 : Karyawan restoran memberikan informasi secara jelas melalui .....	94
via telepon saat order online	
Tabel 4.33 : Restoran ini memberikan informasi kepada konsumen melalui .....	95
banyak media seperti brosur, koran, media sosial, dan lainnya.	
Tabel 4.34 : Restoran ini sering mengadakan event-event untuk menarik .....	95
minat konsumen	
Tabel 4.35 : Restoran ini melakukan pemasangan iklan yang menarik di media .....	96
elektronik (tv, internet, dll)	
Tabel 4.36 : Restoran melakukan pemasangan iklan di tv dengan frekuensi yang .....	97
tinggi (sering melakukan iklan)	
Tabel 4.37 : Saya puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh restoran ini .....	97
Tabel 4.38 : Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran ini .....	98
Tabel 4.39 : Saya puas dengan promosi menarik yang dilakukan oleh restoran ini .....	98
Tabel 4.40 : Saya puas dengan harga yang ditawarkan restoran ini karena sesuai .....	99



dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan

Tabel 4.41 : Saya puas karena restoran ini memberikan produk yang baik ..... 99	99
meskipun ada potongan harga	
Tabel 4.42 : Saya puas karena restoran ini dapat memberikan kesenangan ..... 100	100
kepada pelanggan	
Tabel 4.43 : Saya puas dengan restoran ini yang selalu berinovasi dengan ..... 101	101
produk baru	
Tabel 4.44 : Saya puas dengan pelayanan restoran ini sigap menanggapi ..... 101	101
kebutuhan Pelanggan yang berbeda-beda	

**Untuk Objek KFC Kelapa Gading**

Tabel 4.45 : Produk dari restoran ini memiliki bentuk dan tampilan yang menarik ..... 102	102
Tabel 4.46 : Produk dari restoran ini memiliki porsi yang lebih ..... 102	102
banyak dari pesaing	
Tabel 4.47 : Restoran ini memiliki produk yang sesuai dengan tampilan menu ..... 103	103
Tabel 4.48 : Restoran ini memiliki menu yang bervariasi serta terdapat ..... 104	104
menu yang spesial pada waktu tertentu	
Tabel 4.49 : Produk restoran ini memiliki ketahanan yang baik ..... 104	104
setelah beberapa waktu	
Tabel 4.50 : Restoran ini menyajikan makanan dengan kondisi yang baik ..... 105	105
Tabel 4.51 : Restoran ini menyajikan makanan dengan kondisi yang baik..... 105	105
Tabel 4.52 : Restoran ini memiliki kemasan produk yang unik ..... 106	106
Tabel 4.53 : Karyawan dari restoran ini memberikan pelayanan ..... 107	107
dengan ramah dan sopan	
Tabel 4.54 : Karyawan restoran ini memberikan pesanan dengan cepat ..... 107	107
Tabel 4.55 : Karyawan restoran ini cepat tanggap dalam mengatasi ..... 108	108
keluhan konsumen	
Tabel 4.56 : Karyawan restoran ini sigap menangani kebutuhan konsumen ..... 108	108
Tabel 4.57 : Karyawan restoran ini memiliki pengetahuan yang ..... 109	109
baik tentang produk	





Tabel 4.58 : Karyawan restoran ini berkomunikasi dengan konsumen secara ramah .....	109
Tabel 4.59 : Kemudahan bagi pelanggan dalam menyampaikan kritik dan saran terhadap pelayanan di restoran .....	110
Tabel 4.60 : Karyawan restoran memberikan perhatian individual kepada konsumen .....	111
Tabel 4.61 : Restoran ini memiliki karyawan yang berpenampilan rapi .....	111
Tabel 4.62 : Restoran ini mempunyai lahan parkir yang memadai bagi pelanggan .....	112
Tabel 4.63 : Restoran ini memberikan potongan harga yang lebih banyak dibandingkan pesaingnya .....	113
Tabel 4.64 : Restoran ini menawarkan paket dengan harga yang murah .....	113
Tabel 4.65 : Karyawan restoran memberikan informasi secara jelas melalui via telepon saat order online .....	114
Tabel 4.66 : Restoran ini memberikan informasi kepada konsumen melalui media seperti brosur, koran, media sosial, dan lainnya .....	115
Tabel 4.67 : Restoran ini sering mengadakan event-event untuk menarik minat konsumen .....	115
Tabel 4.68 : Restoran ini melakukan pemasangan iklan yang menarik di media elektronik (tv, internet, dll) .....	116
Tabel 4.69 : Restoran melakukan pemasangan iklan di tv dengan frekuensi yang tinggi (sering melakukan iklan) .....	116
Tabel 4.70 : Saya puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh restoran ini .....	117
Tabel 4.71 : Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran ini .....	118
Tabel 4.72 : Saya puas dengan promosi menarik yang dilakukan oleh restoran ini .....	118
Tabel 4.73 : Saya puas dengan harga yang ditawarkan restoran ini karena sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan .....	119
Tabel 4.74 : Saya puas karena restoran ini memberikan produk yang baik meskipun ada potongan harga .....	119



Tabel 4.75 : Saya puas karena restoran ini dapat memberikan kesenangan kepada pelanggan	120
Tabel 4.76 : Saya puas dengan restoran ini yang selalu berinovasi dengan produk baru	120
Tabel 4.77 : Saya puas dengan pelayanan restoran ini sigap menanggapi kebutuhan Pelanggan yang berbeda-beda	121
Tabel 4.78 : Perbandingan McDonald’s Artha Gading dan KFC Kelapa Gading	122
Tabel 4.79 : Uji Normalitas	124
Tabel 4.80 : Uji Multikolinearitas	125
Tabel 4.81 : Uji Autokorelasi	125
Tabel 4.82 : Uji Heterokedastisitas	126
Tabel 4.83 : Koefisien Determinasi	127
Tabel 4.84 : ANOVA	127
Tabel 4.85 : Analisis Regresi Berganda	128

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya/ulisan ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 : Kerangka Pemikiran .....	49
Gambar 4.1 : Logo KFC .....	72
Gambar 4.2 : Menu restoran KFC .....	74
Gambar 4.3 : Restoran KFC Kelapa Gading .....	74
Gambar 4.4 : Logo McDonald's .....	75
Gambar 4.5 : Menu restoran McDonald's .....	76
Gambar 4.6 : Restoran McDonald's Artha Gading .....	77

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

- Hak Cipta dilindungi undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## Daftar Grafik

Grafik 1.1: Grafik penilaian restoran yang paling diminati masyarakat ..... 6

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

