

ANALISIS TINGKAT KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN

Kentucky Fried Chicken (KFC) CABANG BUARAN

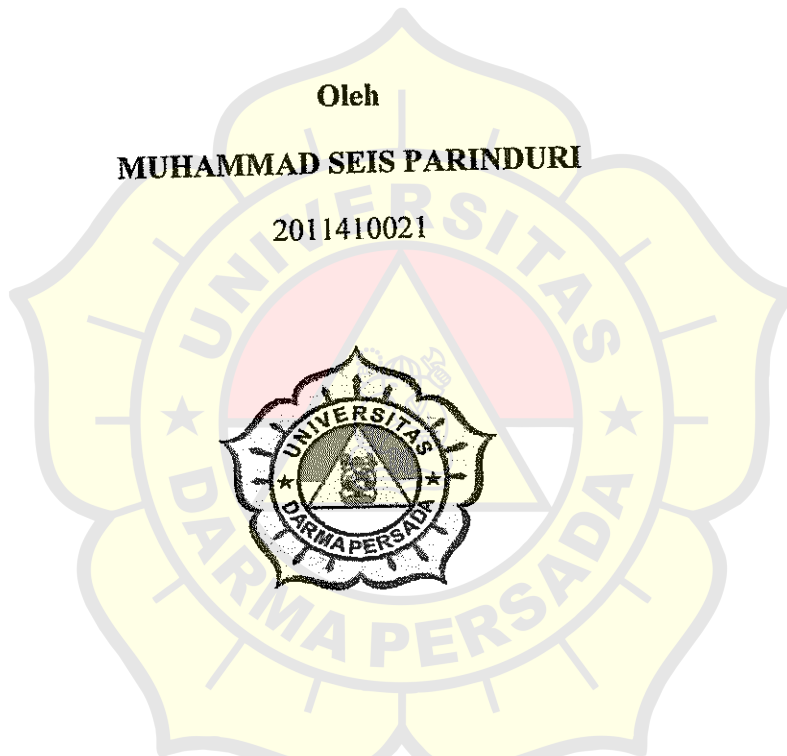
SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademika Dan
Melengkapi Sebagai Dari Syarat-syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen**

Oleh

MUHAMMAD SEIS PARINDURI

2011410021



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2015

ABSTRAK

Nama: Muhammad Seis Parinduri, NIM: 2011410021, Judul: Analisis Tingkat Kualitas Produk dan Pelayanan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Cabang Buaran, Jumlah Hal: xviii+ 168: 2015. Kata Kunci: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimanakah tingkat kualitas pelayanan dan kualitas produk pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) cabang Buaran.

Perolehan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang diberikan oleh penulis kepada responden yang terdiri dari dua bagian yaitu: tingkat harapan dan tingkat kinerja. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah Tki (tingkat kesesuaian) dan diagram kartesius.

Hasil Tki menunjukkan 94,62% terhadap kualitas produk, dan 90,03% terhadap kualitas pelayanan KFC cabang Buaran. Untuk kualitas produk dan kualitas pelayanan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) cabang Buaran belum memenuhi harapan konsumen maka dari itu harus meningkatkan lagi kinerjanya.

Jakarta, September 2015

Penulis,

Muhammad Seis Parinduri

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Seis Parinduri

NIM : 2011410021

Jurusan Peminatan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini dengan judul ANALISIS TINGKAT KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN *Kentucky Fried Chicken* (KFC) CABANG BUARAN yang dibimbing oleh Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM, adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan sebagian dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya siap mempertanggungjawabkan. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal September 2015.

Yang menyatakan

Muhammad Seis Parinduri

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Seis Parinduri

NIM : 2011410021

Jurusan Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : ANALISIS TINGKAT KUALITAS PRODUK

DAN PELAYANAN *Kentucky Fried Chicken*

(KFC) CABANG BUARAN.

Telah diperiksa dan disetujui, untuk dilakukan dan diujikan dalam sidang ujian skripsi sarjana tanggal September 2015.

Jakarta, September 2015

Menyetujui,

Menyetujui

Ketua Jurusan Manajemen

Dosen Pembimbing

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Seis Parinduri

NIM : 20111410021

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : ANALISIS TINGKAT KUALITAS PRODUK DAN
PELAYANAN KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC)
CABANG BUARAN

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana tanggal 02
September 2015 dengan hasil

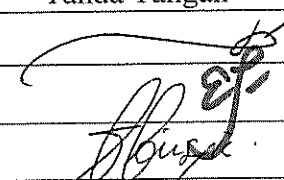
Jakarta, September 2015
Ketua Jurusan Manajemen



11/9/15

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

No	Nama Penguji	Jabatan Menguji	Tanda Tangan
1.	Dr. Firsan Nova, SE, MM	Ketua Penguji	
2.	Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM	Anggota Penguji	
3.	Drs. Fauzi Baisyir, MM	Anggota Penguji	

11/9/15

Dekan Fakultas Ekonomi



Sukardi Hardjo Sentono, SE, MM

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini, yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan penulis dalam menyerap semua ilmu yang diterima. Penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyajikan skripsi ini kepada pembaca sehingga memberikan mamfaat bagi para pembaca.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, banyak sekali bantuan yang penulis peroleh. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, membimbing dan membagi ilmu, serta mendorong penulis dengan sangat penuh kesabaran dan pengertian sampai skripsi ini dapat selesai.
2. Bapak Sukardi, SE, MM, selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya selama berkuliah di Universitas Darma Persada.
3. Seluruh staf pengajar dan staf sekretariat yang sudah memberikan ilmu dan membantu dalam menyelesaikan masa studi di Universitas Darma Persada.

4. Keluargaku tercinta, terutama Ayah dan Ibu yang telah memberikan doa, materi dan dorongan serta motivasi terbesar bagi penulis untuk tetap semangat menyelesaikan perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.
5. Teman-teman kampus yang sudah mewarnai hari-hari penulis selama kuliah di Unsada.
6. Teman-teman PSM Taradhika-ku, tanpa kalian penulis tidak akan mendapat kenangan indah dan juga pengalaman berorganisasi selama di kampus. Begitu banyak pelajaran yang penulis dapat dngan mengenal kalian. Penulis akan sangat merindukan masa-masa indah yang begitu banyak yang sudah kita lewati bersama.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan, untuk itu penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Penulis juga berterima kasih terhadap kritik dan saran yang disampaikan

Jakarta, September 2015

Muhammad Seis Parinduri

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Produk.....	7
1. Pengertian Produk.....	7
2. Tingkatan Produk.....	8

3. Jenis Produk.....	9
B. Jasa.....	13
1. Pengertian Jasa.....	13
2. Karakteristik Jasa	14
3. Kebijakan Pemasaran Jasa.....	16
4. Bauran Jasa.....	17
C. Perspektif Terhadap Kualitas.....	19
1. <i>Transcendental approach</i>	19
2. <i>Product-based approach</i>	19
3. <i>User-based approach</i>	20
4. <i>Manufacturing-based approach</i>	20
5. <i>Value-based approach</i>	21
D. Kualitas Produk.....	21
1. Pengertian Kualitas.....	21
2. Pengertian Kualitas Produk.....	22
3. Dimensi Kualitas Produk.....	24
E. Kualitas Pelayanan.....	28
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	28
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	29
3. Kesenjangan Dalam Pelayanan.....	32
4. Faktor Dalam Konsep Pelayanan.....	35
F. Kepuasan Pelanggan	36
1. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan	37

2. Pentingnya Kepuasan Pelanggan.....	39
3. Persepsi Pelanggan.....	39
4. Harapan Pelanggan.....	41
G. Definisi Operasional Variabel.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	49
B. Jenis dan Sumber Data yang Digunakan.....	49
C. Populasi dan Sampel.....	50
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	52
F. Metode Analisis Data.....	53
1. Deskriptif.....	53
2. Tingkat Kesesuaian.....	53
3. Diagram Kartesius.....	54
G. Validitas dan Reliabilitas.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Umum Perusahaan KFC.....	57
1. Sejarah Perusahaan.....	57
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	58
3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	59
B. Hasil Penelitian dan Hasil Analisis Pembahasan.....	59
1. Karakteristik Responden.....	59
a. Jenis Kelamin Responden.....	60

b. Umur Responden.....	60
c. Pengeluaran Per Bulan	61
d. Pekerjaan Responden	62
e. Validitas Kualitas Pelayanan.....	64
f. Validitas Kualitas Produk.....	66
g. Analisis Kualitas Produk.....	67
h. Analisa Kualitas Pelayanan.....	104
i. Analisis Tingkat Kesesuaian	124
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	146
A. Kesimpulan.....	146
B. Saran	148
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN 1	154
LAMPIRAN 2.....	159
LAMPIRAN 3	162

DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar Kesenjangan Pelayanan.....	34
1.2 Gambar Kerangka Pikir.....	43
1.3 Gambar Struktur Organisasi Perusahaan.....	59
1.4. Gambar Diagram Kartesius Kualitas Produk	142
1.5 Gambar Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan	145



DAFTAR TABEL

Tabel 1-1: Top Brand For Teens 2014 Kategori Restoran Fastfood.....	1
Tabel 3-1: Skala Likert.....	51
Tabel 3-2: Tingkat Kesesuaian.....	52
Tabel 3-3: Diagram Kartesius.....	53
Tabel 4-1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelas.....	60
Tabel 4-2: Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	61
Tabel 4-3: Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	62
Tabel 4-4: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4-5: Validitas Kualitas Produk Terkait Harapan Konsumen.....	64
Tabel 4-6: Validitas Kualitas Produk Terkait Kinerja.....	65
Tabel 4-7: Validitas Kualitas Pelayanan Terkait Harapan Konsumen.....	66
Tabel 4-8: Validitas Kualitas Pelayanan Terkait Kinerja.....	67
Tabel 4-9: Jawaban Konsumen Terkait daging ayam yang ditawarkan KFC Empuk/tidak keras	68
Tabel 4-10: Jawaban Konsumen Terkait Rasa Daging Ayam yang Ditawarkan KFC lezat	69
Tabel 4-11: Jawaban Konsumen Terkait Aroma Daging Ayam KFC Menggugah Selera	70
Tabel 4-12: Jawaban Konsumen Terkait Kentang KFC Renyah	71
Tabel 4-13: Jawaban Konsumen Terkait Saos yang Ditawarkan oleh KFC Sebagai Fitur Pelengkap Sangat Baik	72
Tabel 4-14 Jawaban Konsumen Terkait Rasa Ayam KFC Tidak	

Terubah.....	73
Tabel 4-15: Jawaban Konsumen Terkait Aroma Ayam KFC Tidak Berubah.....	74
Tabel 4-16: Jawaban Konsumen Terkait Ayam KFC Bersertifikat Halal	75
Tabel 4-17: Jawaban Konsumen Terkait Produk yang Dipesan Konsumen Sesuai Dengan yang Diharapkan oleh Konsumen.....	76
Tabel 4-18: Jawaban Konsumen Terkait Daging Ayam KFC Memiliki Daya Tahan yang Cukup Lama (Dua Hari).....	77
Tabel 4-19: Jawaban Konsumen Terkait Daging Ayam KFC Dapat Dihangatkan Kembali	78
Tabel 4-20: Jawaban Konsumen Terkait Produk KFC Jarang Terkait Produk KFC Jarang Terjadi Kecacatan	79
Tabel 4-21: Jawaban Konsumen Terkait Bila Terjadi Kecacatan Produk, Produk Cacat Tersebut Dapat Diganti Dengan Cepat	80
Tabel 4-22: Jawaban Konsumen Terkait Bentuk Ayam KFC Menggugah Selera	81
Tabel 4-23: Jawaban Konsumen Terkait Kemasan Produk KFC Baik.....	82
Tabel 4-24: Jawaban Konsumen Terkait Tempat Penyajian Produk Baik.....	83
Tabel 4-25: Jawaban Konsumen Terkait Perusahaan KFC Terkenal.....	84
Tabel 4-26: Jawaban Konsumen Terkait Perusahaan KFC Berkualitas	85

Tabel 4-27: Jawaban Konsumen Terkait daging ayam yang ditawarkan	
KFC Empuk/tidak keras.....	86
Tabel 4-28: Jawaban Konsumen Terkait Rasa Daging Ayam yang	
Ditawarkan KFC lezat.....	87
Tabel 4-29: Jawaban Konsumen Terkait Aroma Daging Ayam KFC	
Menggugah Selera.....	88
Tabel 4-30: Jawaban Konsumen Terkait Kentang KFC Renyah.....	89
Tabel 4-31: Jawaban Konsumen Terkait Saos yang Ditawarkan oleh	
KFC Sebagai Fitur Pelengkap Sangat Baik.....	90
Tabel 4-32: Jawaban Konsumen Terkait Rasa Ayam KFC Tidak	
Terubah.....	91
Tabel 4-33: Jawaban Konsumen Terkait Aroma Ayam KFC Tidak	
Berubah.....	92
Tabel 4-34: Jawaban Konsumen Terkait Ayam KFC Bersertifikat Halal.....	93
Tabel 4-35: Jawaban Konsumen Terkait Produk yang Dipesan	
Konsumen Sesuai Dengan yang Diharapkan oleh Konsumen.....	94
Tabel 4-36: Jawaban Konsumen Terkait Daging Ayam KFC Memiliki	
Daya Tahan yang Cukup Lama (Dua Hari).....	95
Tabel 4-37: Jawaban Konsumen Terkait Daging Ayam KFC Dapat	
Dihangatkan Kembali.....	96
Tabel 4-38: Jawaban Konsumen Terkait Produk KFC Jarang Terkait	

Produk KFC Jarang Terjadi Kecacatan	97
Tabel 4-39: Jawaban Konsumen Terkait Bila Terjadi Kecacatan Produk, Produk Cacat Tersebut Dapat Diganti Dengan Cepat	98
Tabel 4-40: Jawaban Konsumen Terkait Bentuk Ayam KFC Menggugah Selera	99
Tabel 4-41: Jawaban Konsumen Terkait Kemasan Produk KFC Baik.....	100
Tabel 4-42: Jawaban Konsumen Terkait Tempat Penyajian Produk Baik.....	101
Tabel 4-43: Jawaban Konsumen Terkait Perusahaan KFC Terkenal.....	102
Tabel 4-44: Jawaban Konsumen Terkait Perusahaan KFC Berkualitas.....	103
Tabel 4-45: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Mampu Memberikan Pelayanan yang Memuaskan.....	104
Tabel 4-46: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Mampu Memberikan Pelayanan yang Akurat.....	105
Tabel 4-47: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Sigap Dalam Membantu Konsumen	106
Tabel 4-48: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Capat Dalam Melayani Konsumen.....	107
Tabel 4-49: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Sopan	

Terhadap Konsumen	108
Tabel 4-50: Jawaban Konsumen Terkait Kemampuan Karyawan KFC	
Dalam Memberikan Informasi Cukup Baik.....	109
Tabel 4-51: Jawaban Konsumen Terkait Ruangan KFC Bersih.....	
110	
Tabel 4-52: Jawaban Konsumen Terkait Fasilitas yang Memadai	
Seperti AC, Toilet dan Parkir Gratis.....	111
Tabel 4-53: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Ramah	
Kepada Konsumen.....	112
Tabel 4-54: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Peduli	
Terhadap Konsumen.....	113
Tabel 4-55: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Mampu	
Memberikan Pelayanan yang Memuaskan.....	114
Tabel 4-56: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Mampu	
Memberikan Pelayanan yang Akurat.....	115
Tabel 4-57: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Sigap	
Dalam Membantu Konsumen.....	116
Tabel 4-58: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Capat Dalam	
Melayani Konsumen.....	117

Tabel 4-59: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Sopan

Terhadap Konsumen 118

Tabel 4-60: Jawaban Konsumen Terkait Kemampuan Karyawan KFC

Dalam Memberikan Informasi Cukup Baik..... 119

Tabel 4-61: Jawaban Konsumen Terkait Ruangan KFC Bersih 120

Tabel 4-62: Jawaban Konsumen Terkait Fasilitas yang Memadai

Seperti AC, Toilet dan Parkir Gratis..... 121

Tabel 4-63: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Ramah

Kepada Konsumen..... 122

Tabel 4-64: Jawaban Konsumen Terkait Karyawan KFC Peduli

Terhadap Konsumen..... 123

Tabel 4-65: Kinerja..... 124

Tabel 4-66: Fitur..... 125

Tabel 4-67: Keandalan 126

Tabel 4-68: Konformasi 127

Tabel 4-69: Daya Tahan..... 128

Tabel 4-70: *Service*..... 129

Tabel 4-71: Estetika	130
Tabel 4-72: Persepsi Terhadap Kualitas.....	131
Tabel 4-73: Kehandalan	132
Tabel 4-74: Daya tanggap	133
Tabel 4-75: Jaminan	134
Tabel 4-76: Berwujud	135
Tabel 4-77: Empati.....	136
Tabel 4-78:Urutan Tingkat Kesesuaian Antara Kinerja Kualitas Produk Dengan Tingkat Kepentingan.....	137
Tabel 4-79: Urutan Tingkat Kesesuaian Antara Kinerja Kualitas Pelayanan Dengan Tingkat Kepentingan.....	138

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, semakin marak makanan cepat saji yang ada di Indonesia, baik itu makanan cepat saji yang berasal dari dalam negeri maupun yang berasal dari luar negeri. Makanan cepat saji sendiri adalah istilah untuk makanan yang disiapkan dan dilayankan dengan cepat. Istilah ini merujuk pada makanan yang dijual di sebuah restoran atau toko dengan persiapan yang berkualitas tinggi dan disajikan kepada pelanggan dalam sebuah bentuk paket untuk dibawa pergi.

Tabel 1-1: *Top Brand For Teens 2014* kategori Restoran *Fastfood*

No	Merek	TBI
1	KFC (Kentucky Fried Chicken)	43,5%
2	MC Donald's	25.0%
3	Pizza Hut	9.6%
4	Hoka hoka Bento	6,1%
5	A&W	5,8%
6	Burger King	2,5%
7	CFC (California Friend Chicken)	1,5%

Sumber: Majalah *marketing* HAMARI (Hari *Marketing* Indonesia 2014)

Salah satu makanan cepat saji yang ada di Indonesia adalah KFC (*Kentucky Fried Chicken*). Hampir tiga dasawarsa KFC menjejakkan kakinya di Indonesia. Restoran cepat saji dengan ikon Kolonel Sanders, sang penemu resep, yang sedang tersenyum diklaim sebagai restoran

Fastfood terkemuka di Indonesia. Berdasarkan data dari majalah *marketing* HAMARI (Hari Marketing Indonesia) tanggal 1 April 2014.

Sebagai produk unggulan lainnya, dalam beberapa tahun ini KFC juga menawarkan *Colonel Burger*, *Crispy Strips*, *Twister*, dan yang baru-baru ini diluncurkan, *Colonel Yakiniku*. Selain produk-produk unggulan ini, KFC juga memenuhi selera lokal dengan menu pilihan lain seperti perkedel, nasi, salad, dan sup KFC.

Selain itu KFC juga menjadi salah satu perusahaan yang mendapatkan penghargaan “Halal Award 2014”, penghargaan Halal Award yang diterimanya ini merupakan sebuah bukti kepedulian KFC terhadap kenyamanan konsumen mengkonsumsi produk halal. Berada di tengah mayoritas Islam, kehalalan suatu produk yang disajikan menjadi harga mati bagi kenyamanan konsumen, dan KFC sangat peduli itu.

KFC juga adalah satu restoran *franchise* yang telah mendapat Sertifikasi Halal MUI sejak tahun 1995. KFC selalu melakukan perpanjangan sertifikasi halal MUI sebelum habis masa berlakunya. Selain itu, sebagai bukti KFC selalu konsisten dalam menjamin kehalalan produk yang diproduksinya. Saat ini KFC telah memiliki pula sertifikasi sistem jaminan halal dan sistem jaringan halal yang diterbitkan oleh MUI.

Jumlah penduduk Indonesia yang besar dengan pertumbuhan per kapita yang tergolong tinggi merupakan potensi yang sangat besar bagi industri makanan olahan, termasuk *fastfood*. Ketersediaan makanan yang cepat saji (*quick service*) semakin dibutuhkan sejalan dengan

yang diproduksinya. Saat ini KFC telah memiliki pula sertifikasi sistem jaminan halal dan sistem jaringan halal yang diterbitkan oleh MUI.

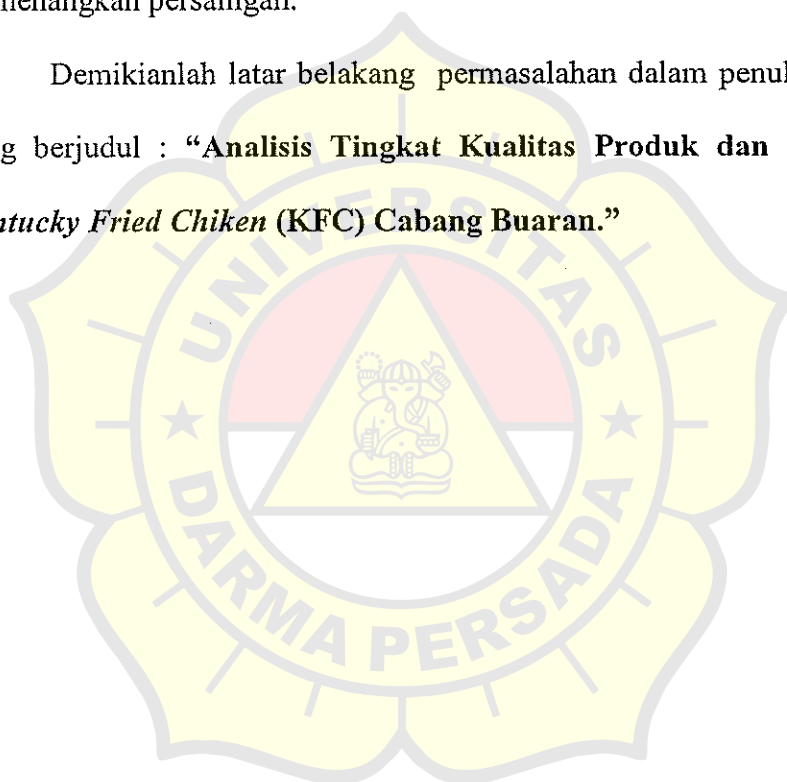
Jumlah penduduk Indonesia yang besar dengan pertumbuhan per kapita yang tergolong tinggi merupakan potensi yang sangat besar bagi industri makanan olahan, termasuk *fastfood*. Ketersediaan makanan yang cepat saji (*quick service*) semakin dibutuhkan sejalan dengan meningkatnya mobilitas masyarakat, terutama di kawasan perkotaan yang dinamis (www.mysharing.com).

Makin maraknya bisnis restoran kategori *fastfood* yang menyediakan menu utama ayam goreng dan burger, khususnya yang dikembangkan melalui sistem *franchise* memacu kondisi persaingan yang semakin ketat. Selain akibat masuknya merek baru, pemain-pemain lama juga terus melakukan perluasan jaringan pemasarannya. Apalagi kategori makanan pokok sehari-hari juga menghadapi substitusi yang kuat dan luas, baik dari menu dan merek serta pelayanan yang bagus pula. Persaingan yang terjadi sekarang memaksa KFC untuk semakin meningkatkan tingkat kualitas dan pelayanannya agar dapat menjaring konsumen sebanyak-banyaknya. Disamping dengan pemasaran yang gencar, usaha lain yang tidak kalah pentingnya dan perlu dilakukan adalah merancang produknya sedemikian rupa dan cita rasa yang bervariasi agar orang tertarik pada produk tersebut sehingga laku dipasaran. Oleh karena itu KFC dipaksa memiliki kualitas produk yang baik sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Rasa puas dari konsumen inilah yang diharapkan dapat dicapai

oleh perusahaan KFC. Sehingga konsumen akan kembali untuk membeli lagi.

Situasi persaingan dapat berubah dengan sangat cepat, dimana dibutuhkannya strategi yang tidak hanya dapat menghadapi persaingan sekarang, tetapi juga mengantisipasi persaingan dimasa yang akan datang dan perusahaan yang paling siaplah yang akan bertahan atau bahkan memenangkan persaingan.

Demikianlah latar belakang permasalahan dalam penulisan skripsi yang berjudul : **“Analisis Tingkat Kualitas Produk dan Pelayanan *Kentucky Fried Chiken* (KFC) Cabang Buaran.”**



B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah tingkat kualitas produk KFC cabang Buaran?
2. Bagaimanakah tingkat kualitas pelayanan KFC cabang Buaran?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas produk KFC cabang Buaran
2. Untuk mengetahui tingkat pelayanan KFC cabang Buaran.

D. Manfaat Penelitian.

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Penulis

Pengaplikasian ilmu sebagai sumbangan pengetahuan bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran terutama dalam menganalisis tingkat kualitas produk dan jasa dengan menggunakan diagram kartesius.

2. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan perusahaan demi menambah pangsa pasar dan daya saing perusahaan.

3. Pihak lain

Sebagai sumber referensi dan pengetahuan bagi segenap peneliti lain yang akan meneliti bidang yang sama.

