

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Pada masa sekarang ini, kecepatan dan kemudahan dalam memperoleh suatu produk merupakan hal yang sangat dicari dan dibutuhkan oleh setiap pelanggan, tidak terkecuali dalam membeli sebuah makanan. Pada zaman sekarang ini, para pelanggan lebih menyukai untuk membeli makanan cepat saji tanpa harus memasak sendiri dirumah. Adanya kebutuhan dan keinginan para pelanggan tersebut maka para pelaku bisnis yakni pengusaha menjadikannya sebagai peluang untuk membuka rumah makan atau restoran cepat saji baik yang berasal dari dalam negeri maupun restoran waralaba dari luar negeri. Makanan cepat saji atau biasa yang disebut *Fast Food* merupakan favorit semua orang. Hampir semua kalangan bisa menikmati makanan cepat saji ini. Mahasiswa merupakan salah satu kalangan yang menyukai dan rata-rata pernah dan bahkan sering mengkonsumsi *fast food* ini. Hal tersebut dikarenakan cepat dan mudah didapatkan.

Ada banyak restoran cepat saji yang bermunculan di Indonesia, yang berusaha memberikan kepuasan kepada pelanggannya melalui pelayanan yang diberikan restoran tersebut. Seperti Kentucky Fried Chicken (KFC), Mc Donald's, CFC, AW dan lain sebagainya. Selain itu juga kini telah bermunculan pedagang-pedagang kaki lima yang menjual makanan sejenis yang dapat ditemui di pinggir-pinggir jalan dengan harga yang jauh lebih murah. Oleh karena itu setiap pengusaha rumah makan cepat saji atau fastfood dalam hal ini yaitu KFC perlu mempertahankan konsumennya agar konsumen tersebut tidak berpindah ke restoran sejenis lainnya dengan cara memberikan kepuasan kepada semua konsumen melalui pemberian pelayanan yang baik terhadap semua konsumen tersebut.

Sebagai salah satu restoran atau rumah makan cepat saji, Kentucky Fried Chicken (KFC) pastinya perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumennya agar tercipta persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan. Se jauh ini, berdasarkan survei yang dilakukan pelayanan yang diberikan oleh KFC yaitu kebersihan dan kerapian restoran yang terjaga serta keramahan dan kecepatan pelayan dalam memproses pesanan pelanggan. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh KFC pada akhirnya akan bermuara pada penilaian yang diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Bahkan Menurut Zeithamal dan bitner dalam Lupiyoadi (2006:192) “faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa”. Oleh sebab itu setiap perusahaan akan memberikan pelayanan yang baik untuk menunjukkan eksistensi perusahaan yang maksimal dalam melayani pelanggan, merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya.

Kepuasan pelanggan itu dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh KFC dan pelanggan sendiri yang menilai apakah pelayanan tersebut telah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut atau belum. Ada Lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan menurut Parasuraman, Berry dan Zeithaml (dalam Irawan, 2007: 57), konsep ServQual atau dimensi kualitas pelayanan terbagi menjadi 5 (lima) dimensi yaitu *Tangible* (Bukti fisik), dimensi *Reliability* (Kehandalan), dimensi *Responsiveness* (Daya tanggap), dimensi *Assurance* (Jaminan) dan dimensi *Empathy* (Empati). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh Kentucky Fried Chicken (KFC) apakah telah sesuai dengan keinginan dari pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk memilih judul “**Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Pada Kentucky Fried Chicken Cabang Palembang Square Mall (studi kasus pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Program Studi Administrasi Bisnis)**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang PS Mall Palembang?
2. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang perlu ditingkatkan dan yang perlu dipertahankan pada KFC Cabang PS Mall Palembang?

1.3 Ruang Lingkup

Untuk menghindari terjadinya penyimpangan dalam penelitian ini, maka ruang lingkup pembahasan akan dibatasi yaitu mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Kentucky Fried Chicken Cabang Palembang Square Mall.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan KFC Cabang PS Mall Palembang apakah telah sesuai keinginan konsumen atau belum.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan seperti apa yang perlu ditingkatkan dan yang perlu dipertahankan oleh KFC Cabang PS Mall Palembang.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat penelitian yang akan diperoleh yaitu:

1. Bagi penulis

Untuk menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya pada tingkat kepuasan pelanggan dan sebagai syarat kelulusan dari pendidikan.

2. Bagi perusahaan

Agar dapat mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan perusahaan sehingga perusahaan dapat meningkatkan kembali pelayanan yang diberikan kepada para pelanggannya.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, informasi dan referensi bagi para peneliti selanjutnya dan juga agar dapat memperbaiki kekurangan dalam penelitian ini.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dilakukan pada mahasiswa semester dua, empat dan enam Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang pernah mengunjungi Kentucky Fried Chicken Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

“Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil dari pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti” Umar (2008: 42). Data yang didapatkan peneliti disini yaitu data yang diperoleh dari objek penelitian hasil pengisian kuesioner yang dibagikan pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

2. Data Sekunder

“Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain” Umar (2008:42). Data sekunder yang penulis peroleh dari

berbagai sumber seperti pelayanan yang diberikan KFC yang penulis peroleh dari internet dan Website KFC.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam melakukan penulisan laporan akhir ini, penulis melakukan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

1. Studi Lapangan (Field Research)

Riset yang dilakukan dengan mendatangi langsung Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penulisan laporan akhir. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu Angket (Questionnaire). Penulis memperoleh data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan yang disusun dalam bentuk daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang sudah terpilih menjadi sampel penelitian.

2. Studi Kepustakaan (Library Research)

Penulis menggunakan metode ini dengan cara membaca buku-buku literature atau sumber-sumber data lainnya sebagai acuan dan landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

1.5.4 Populasi dan Sampel

1.5.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Edizal, 2013: 49).

Berdasarkan definisi di atas, maka populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Pada saat ini Jurusan Administrasi Bisnis memiliki 3 tingkat semester yang berbeda yaitu semester dua, empat dan enam, dimana setiap semester memiliki 8 kelas yaitu kelas pagi dan siang, empat kelas pagi dan empat kelas siang. Berdasarkan data yang diperoleh penulis jumlah mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis yang pernah mengunjungi KFC Cabang PS Mall Palembang berjumlah 237 orang.

1.5.4.2 Sampel

Menurut Yusi (2009:60) "Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu". Berdasarkan definisi di atas maka penulis mengambil sampel pada mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis menggunakan rumus Slovin (Umar, 2003: 120)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan: n = Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir. Dalam hal ini digunakan "e" sebesar 10%.

Perhitungan:

$$n = \frac{237}{1 + 237 (10\%)^2}$$

$$= \frac{237}{3,37}$$

= 70,3 Dibulatkan menjadi 70 responden

1.5.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode Purposive Sampling dimana merupakan “Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu” (Edizal, 2013:55), dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dari unit sampling yang diambil pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang pernah mengunjungi KFC Cabang Palembang Square Mall.

1.5.5 Skala Pengukuran Data

Untuk mendapatkan data yang diinginkan, penulis menggunakan skala pengukuran yakni skala likert. Skala Likert dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Adapun Skala Likert yang digunakan yaitu:

Skala pengukuran tingkat kinerja kualitas pelayanan yang diberikan:

- | | |
|------------------------------|----------|
| 1. Sangat Setuju (SS) | Skor : 5 |
| 2. Setuju (S) | Skor : 4 |
| 3. Cukup Setuju (CS) | Skor : 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) | Skor : 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | Skor : 1 |

Skala pengukuran tingkat harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang di berikan:

- | | |
|-------------------------------|----------|
| 1. Sangat Penting (SP) | Skor : 5 |
| 2. Penting (P) | Skor : 4 |
| 3. Cukup Penting (CP) | Skor : 3 |
| 4. Kurang Penting (KP) | Skor : 2 |
| 5. Sangat Tidak Penting (STP) | Skor : 1 |

Kemudian dilakukan perhitungan berdasarkan rumus menurut Supranto (2003:140) dibawah ini. Adapun rumus yang digunakan untuk mencari indeks jawaban responden per item yaitu:

$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$	$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$
-------------------------------	-------------------------------

Keterangan :

\bar{X} = Perkiraan rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Perkiraan rata-rata tingkat harapan

n = Jumlah responden

kemudian, untuk menghitung tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan konsumen yaitu menggunakan

$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$

Dimana : Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Skor Penilaian Kinerja KFC

Yi = Skor Penilaian Harapan Konsumen

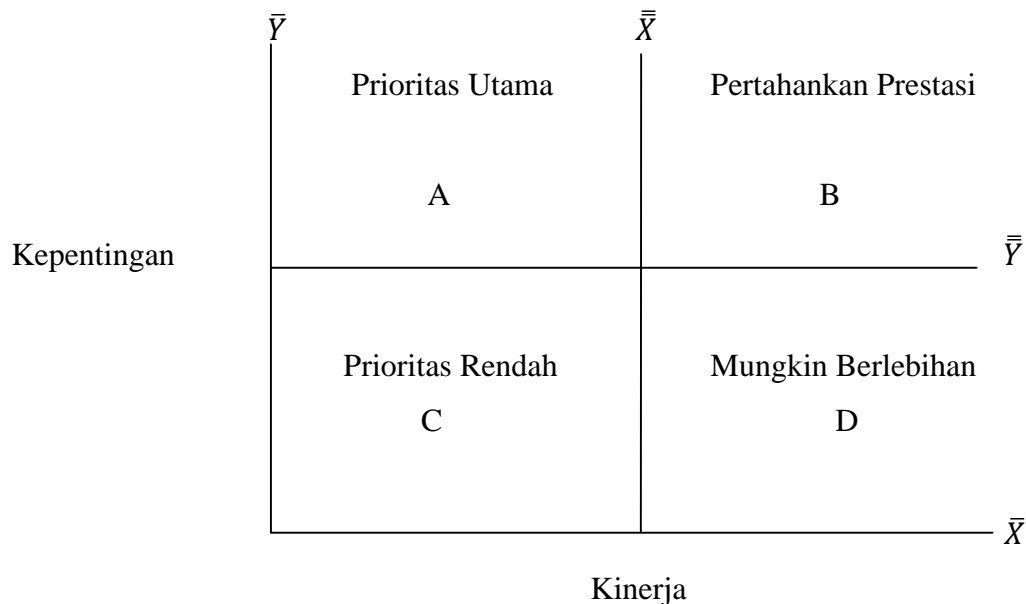
Rumus yang digunakan untuk mencari indeks rata-rata jawaban responden per dimensi, adalah

$\bar{X} = \frac{\sum X_j}{k}$	$\bar{Y} = \frac{\sum Y_j}{k}$
--------------------------------	--------------------------------

Keterangan:

k = Banyaknya pertanyaan

Diagram Kartesius digunakan untuk mengetahui item apa saja yang termasuk kedalam dimensi kualitas pelayanan yang telah memenuhi harapan dan yang perlu ditingkatkan guna memenuhi harapan pelanggan. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y) dimana X merupakan rata-rata dari skor tingkat kenyataan atau kepuasan dan Y adalah rata-rata dari skor nilai tingkat kepentingan (harapan) seluruh faktor yang mempengaruhi pelanggan.



Gambar 2: Diagram Kartesius

Keterangan:

a. Kuadran A

Kuadran ini menjelaskan bahwa kualitas layanan yang tingkat kepentingannya di atas rata-rata akan tetapi kurang mendapatkan perhatian dari pihak KFC belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan.

b. Kuadran B

Kuadran ini menjelaskan bahwa kualitas layanan suatu variable berada pada tingkat yang sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga perusahaan cukup memperhatikan kinerja dari kualitas layanan tersebut.

c. Kuadran C

Kuadran ini menjelaskan bahwa kualitas layanan suatu variable yang dilakukan dengan pas-pasan oleh pihak KFC dan tidak dianggap sebagai suatu yang penting oleh pelanggan.

d. Kuadran D

Kuadran ini menjelaskan bahwa kualitas layanan yang tidak begitu penting oleh pelanggan yang dilaksanakan sangat baik oleh pihak KFC sebagai suatu yang mungkin sangat berlebihan.

1.6 Analisa Data

Analisa data yang penulis gunakan dalam penulisan laporan akhir ini yaitu menggunakan metode analisa kuantitatif, kualitatif dan diagram kartesius.

1. Metode Analisa Data Kuantitatif

Yaitu analisa data yang berupa angka-angka yang didapatkan dari hasil perhitungan atau pengukuran. Untuk menganalisis jawaban dari setiap responden, data dapat digolongkan berdasarkan pada

masing-masing dimensi kualitas pelayanan yaitu Tangibles, Reability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty.

2. Metode analisa Data Kualitatif

Metode analisa data kualitatif digunakan untuk menjelaskan mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Kentucky Fried Chicken Palembang. Berdasarkan data yang telah diolah melalui perhitungan di atas maka akan diperoleh jawaban responden berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan yang digunakan untuk menjelaskan apakah kinerja kualitas pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan konsumen atau belum, serta untuk menjelaskan dimensi kualitas pelayanan mana yang perlu ditingkatkan dan yang perlu dipertahankan oleh Kentucky Fried Chicken Palembang.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai dasar-dasar dan arah serta permasalahan yang akan dijelaskan, yaitu:

- 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang Lingkup
- 1.4 Tujuan Dan Manfaat
- 1.5 Metodologi Penelitian
 - 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
 - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
 - 1.5.3 Metode Pengumpulan Data
 - 1.5.4 Skala Pengukuran Data

1.6 Analisa Data

1.7 Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan mengemukakan beberapa teori yang dijadikan pedoman didalam penulisan laporan akhir ini, adapun tinjauan pustaka yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

2.1 Pengertian Jasa

2.1.1 Karakteristik Jasa

2.1.2 Klasifikasi Jasa

2.1.3 Kualitas Jasa

2.2 Pengetian Pelayanan

2.2.1 Dimensi Pelayanan

2.2.2 Kualitas Pelayanan

2.3 Kepuasan Pelanggan

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

2.3.2 Faktor-faktor yang menentukan Tingkat Kepuasan

2.3.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis memberikan gambaran secara umum mengenai perusahaan dan hal yang berhubungan dengan permasalahan:

1.1 Sejarah Singkat Kentucky Fried Chicken

1.2 Visi dan Misi Kentucky Fried Chicken

1.2.1 Visi

1.2.2 Misi

1.3 Pelayanan pada Kentucky Fried Chicken

1.4 Profil Responden

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan permasalahan berdasarkan analisa teori yang telah diuraikan pada Bab II untuk mengetahui dimensi apa saja dari pelayanan jasa KFC yang perlu dipertimbangkan dan diperhatikan oleh KFC.

1.1 Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Jasa Kentucky Fried Chicken Palembang

1.2 Variabel Kualitas Jasa yang Mendominasi Memberi Kepuasan Kepada Pelanggan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis akan mencoba menyimpulkan hasil penelitian yang dilakukan serta member beberapa saran. Adapun isi dari bab ini yaitu:

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran