

**KFC Jatiasih Kota Bekasi :  
Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen**

Adey Julia Alkautsar<sup>1</sup>, Bernadin Dwi Mardiatmi<sup>2</sup>, Rosali<sup>3</sup>

<sup>1</sup>adey.julia@yahoo.com, <sup>2</sup>bernadindwim@yahoo.com,

<sup>3</sup>rosalisembiring@yahoo.co.id

**Abstrak**

Berdasarkan data yang ditemukan, terdapat keluhan konsumen atas produk dan layanan yang diberikan oleh KFC Jatiasih Kota Bekasi. Sehingga, penelitian ini ditunjukkan untuk melihat kondisi kepuasan konsumen di KFC Jatiasih Kota Bekasi yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas layanan. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen KFC Jatiasih Kota Bekasi. Sampel yang diambil sebanyak 75 orang responden dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen.

**PENDAHULUAN**

Dunia pemasaran saat ini sedang berada dalam kondisi persaingan yang semakin ketat dengan beragam produk yang ditawarkan di pasar yang mempunyai kualitas dan inovasi yang beragam pula. Tingginya daya saing yang dimiliki oleh tiap perusahaan, membuat perusahaan dituntut untuk tetap eksis dalam dunia pemasaran sekarang ini agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat dan tidak tergerus oleh perusahaan lainnya (Kurniawati dkk, 2014). Dengan adanya perubahan dan kemajuan, secara tidak langsung berdampak bagi masyarakat, yaitu masyarakat dituntut untuk dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada. Perusahaan sekarang ini juga dihadapi dengan semakin ketatnya dunia persaingan, hanya perusahaan yang berorientasi kepada konsumen yang dapat dengan mudah menarik konsumen (Runtunuwu dkk, 2014). Makanan merupakan salah satu kebutuhan yang utama bagi masyarakat Indonesia, maka dari itu kuliner merupakan sektor yang paling banyak diminati. Kuliner menjadi sebuah bisnis yang sangat menjanjikan karena penduduk Indonesia yang banyak dan terus bertambah. Selain itu, masyarakat sekarang ini lebih suka berkumpul di sebuah restoran atau kedai atau tempat makan lainnya untuk menghabiskan waktu senggangnya. KFC merupakan restoran cepat saji yang merupakan pemimpin dari bisnis waralaba restoran cepat saji yang terus berkembang pesat dengan bertambahnya cabang diseluruh Indonesia salah satunya kota Bekasi” (Kurniawati, dkk., 2014). KFC Jatiasih merupakan salah satu gerai KFC yang berada di Bekasi Selatan yang membuka gerainya selama 24 jam dan memiliki pengunjung yang digandrungi mulai dari remaja sampai dengan dewasa. Terdapat ulasan yang didapatkan dari pengunjung KFC Jatiasih melalui situs pencarian google (2019), yang dapat disimpulkan dari 2.546 komentar terdapat 357 komentar yang mengeluh terkait dengan pelayanan dan produk yang diberikan oleh karyawan KFC Jatiasih. Rata-rata

komentar tersebut berisikan tentang pelayanan yang diberikan buruk, kurang optimal dan fasilitas yang kurang nyaman. Sementara terkait dengan produk yang disajikan yaitu, produk tidak *fresh*, cita rasa yang kurang, dan sebagainya. Berdasarkan alasan tersebut, diindikasikan masih terdapat masalah pada kepuasan konsumen di KFC Jatiasih, Kota Bekasi dikarenakan masih ditemukannya komentar negatif atau buruk yang diutarakan oleh konsumen KFC Jatiasih, Kota Bekasi. Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan uraian diatas yaitu untuk mengetahui kepuasan konsumen di KFC Jatiasih Kota Bekasi melalui variabel kualitas produk dan Kualitas layanan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Produk

Terkait dengan kualitas produk, dinyatakan bahwa “produk yang berkualitas adalah produk yang akan dicari oleh para konsumen, karena konsumen menginginkan terpenuhinya kepuasan apabila menggunakan produk tersebut, bahkan konsumen tidak segan-segan mengeluarkan biaya yang lebih besar supaya dapat memenuhi kepuasannya. Kualitas adalah pencapaian yang harus diperoleh oleh perusahaan, karena apabila kualitas suatu produk menurun akan membuat konsumen berpindah kepada produsen lain” (Malau 2017, hlm. 39).

Selanjutnya, menurut Hasan (2013, hlm. 175) menyatakan bahwa produk yang dipersepsikan memiliki kualitas adalah produk yang memiliki kesesuaian dengan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen, dan secara konstan dapat memenuhi kepuasan konsumen tanpa “cacat” sedikitpun.

Adapun diferensiasi atau dimensi agar dapat membentuk produk yang berkualitas, dimana terdapat 9 (sembilan) diferensiasi produk (Kotler & Keller 2016, hlm.393), yaitu :

1. Bentuk atau tampilan produk (*form*)

Bentuk (*form*) meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik yang ditampilkan produk tersebut.

2. Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*)

Kualitas kesesuaian, dimana pembeli mengharapkan produk yang mempunyai kualitas kesesuaian (*conformance quality*) yang tinggi, yaitu tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.

3. Gaya (*Style*)

*Style* berkaitan dengan keindahan penampilan yang ditampilkan kepada konsumen.

### Kualitas Layanan

Tjiptono & Chandra (2016, hlm. 123) menyimpulkan bahwa sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan berperan besar dalam menciptakan keunggulan layanan (*service excellence*).

Terdapat 5 determinan dari kualitas jasa atau kualitas layanan dari Kotler & Keller (2017, hlm.52), dimana keduanya mengidentifikasi lima determinan kualitas berdasar arti pentingnya, yaitu sebagai berikut :

1. Keandalan, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
2. Responsivitas, yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
3. Jaminan, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati, yaitu kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
5. Wujud, berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan komunikasi.

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler & Keller (2017, hlm. 138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja memenuhi ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

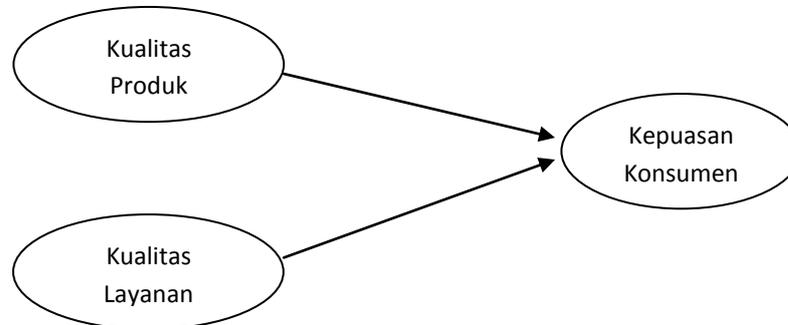
Kepuasan Pelanggan dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Jika harapan tersebut terpenuhi maka dapat diindikasikan bahwa konsumen akan puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan (Tjiptono 2014, hlm 354).

Tjiptono (2014, hlm. 363) menjabarkan untuk mengukur kepuasan konsumen dapat melalui :

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*) yaitu dengan langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.
2. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)  
Dalam konsep ini, kepuasan pelanggan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
3. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)  
Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
4. Kesiapan Untuk Merekomendasikan (*Willingness to Recommend*)  
Adalah kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisa dan ditindaklanjuti.

## KERANGKA PEMIKIRAN

Gambar 1. Kerangka Model penelitian



Sumber : Data diolah

## METODE PENELITIAN

### Definisi Operasional

Definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **Kepuasan Konsumen (Y)**

Kepuasan konsumen merupakan variabel terikat atau variabel dependent yang memiliki skor yang didapat berdasarkan jawaban responden terhadap kepuasan konsumen yang diukur menggunakan Skala pengukuran *Likert*, yang dilihat dari indikator yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan, konfirmasi harapan, niat beli ulang, dan kesediaan untuk merekomendasikan.

#### **Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)**

Kualitas produk merupakan variabel bebas atau variabel independen yang memiliki skor yang didapat berdasarkan jawaban responden terhadap kualitas produk yang diukur menggunakan Skala pengukuran *Likert*, yang dilihat dari indikator yaitu tampilan fisik produk, kesesuaian produk, serta desain kemasan dan rasa produk

#### **Kualitas Layanan (X<sub>2</sub>)**

Kualitas layanan merupakan variabel bebas atau variabel independen yang memiliki skor yang didapat berdasarkan jawaban responden terhadap kualitas layanan yang diukur menggunakan Skala pengukuran *Likert*, yang dilihat dari indikator yaitu pelayanan yang cepat dan tepat, respon penyedia jasa, sikap dan perhatian penyedia jasa, dan kenyamanan fasilitas.

### Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan unit analisis yang memiliki sebuah ciri-ciri yang akan diduga. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di KFC cabang Jatiasih, Kota Bekasi.

### Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling*, dengan metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan 75 responden dari konsumen KFC Jatiasih Kota Bekasi

### Jenis Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data yaitu data kualitatif yang di kuantitatifkan, karena hasil akhir penelitian ini berupa angka. Data kuantitatif adalah data yang didapatkan dari pengukuran yang berbentuk angka atau nomor (Sudaryana 2017, hlm. 46). Data hasil pengukuran dari penelitian ini menggunakan skala ordinal yaitu dengan skala pengukuran *likert*.

### Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu berasal dari data primer, yang didapat dari konsumen KFC Jatiasih Kota Bekasi sebanyak 75 responden.

### Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pengumpulan data dengan membagikan 75 kuesioner kepada konsumen KFC Jatiasih Kota Bekasi. Skala yang digunakan adalah skala likert.

Tabel 1. Bobot Penilaian Skala Pengukuran *Likert*

Pernyataan	Pengertian	Skor
STS	Sangat Setuju	5
TS	Setuju	4
N	Ragu-ragu	3
S	Tidak Setuju	2
SS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2016, hlm. 93), data diolah

Berikut merupakan kisi-kisi instrument yang dijadikan dasar untuk pembuatan kuesioner:

Tabel 2. Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Jumlah Pertanyaan
Kualitas Produk	1. Tampilan Fisik Produk	1,2	2
	2. Kesesuaian Produk	3,4	2
	3. Desain Kemasan dan Rasa Produk	5,6	2
Kualitas Layanan	1. Penampilan Fasilitas Tempat	7,8	2
	2. Pelayanan yang Cepat dan Tepat	9,10	2
	3. Respon Penyedia Jasa	11,12	2
	4. Sikap dan Perhatian Penyedia Jasa	13,14	2
Kepuasan Konsumen	1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan	15,16	2
	2. Konfirmasi Harapan	17,18	2

	3. Niat Beli Ulang	19,20	
	4. Kesiediaan untuk Merekomendasikan	21,22	2

Sumber: Data diolah

## TEKNIK ANALISA DATA

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisa deskriptif dengan menggunakan intepretasi indeks

### Analisa Deskriptif

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisa deskriptif. Dimana menurut Ferdinan (2014, hlm. 223) “analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan indeks jawaban responden dari berbagai konstruk yang dikembangkan. Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai responden mengenai variabel-variabel dalam penelitian yang dilakukan. Analisis menggunakan teknik analisis indeks, dimana dengan analisis indeks ini untuk menggambarkan persepsi responden atas item yang diajukan”. Berikut merupakan interpretasi nilai yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Interpretasi Nilai Presentase Responden

Nilai Indeks	Interpretasi
15.00 - 35.00	Rendah
35.01 - 55.00	Sedang
55.01 - 75.00	Tinggi

Sumber: Ferdinand (2011, hlm. 324)

## HASIL PENELITIAN

### Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden digunakan untuk memberikan gambaran deskripsi penelitian menurut jenis kelamin, usia, domisili, jumlah pendapatan, dan intensitas pembelian produk KFC di Jatiasih, Kota Bekasi yang disebarakan melalui kuesioner kepada konsumen KFC Jatiasih Kota Bekasi, sebanyak 75 responden sesuai dengan rencana penelitian yang telah ditetapkan peneliti. Karakteristik responden konsumen KFC Jatiasih, Kota Bekasi berdasarkan jenis kelamin terdapat 40 responden dengan jenis kelamin perempuan atau sebesar 53%, dan 35 responden dengan jenis kelamin laki-laki atau sebesar 47%, sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen KFC Jatiasih, Kota Bekasi didominasi oleh konsumen dengan jenis kelamin perempuan.

Selanjutnya, karakteristik responden berdasarkan usia terdapat 59 responden yang berusia antara 17-22 tahun dengan persentase sebesar 79%, 15 responden yang yang berusia antara 23-28 tahun dengan persentase 20%, 1 responden yang yang berusia antara 29-34 tahun dengan persentase 1%, dan 0 responden yang berusia lebih dari 35 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen KFC Jatiasih, Kota Bekasi didominasi oleh konsumen dengan usia antara 17-22 tahun.

Kemudian, karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal, bahwa sebanyak 57 responden yang bertempat tinggal di sekitaran Jatiasih dengan persentase sebesar 76% dan 18 responden yang tidak bertempat tinggal di sekitaran Jatiasih dengan persentase sebesar 24%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen KFC Jatiasih, Kota Bekasi didominasi oleh konsumen yang bertempat tinggal disekitaran Jatiasih, Kota Bekasi.

Selain itu terdapat pula karakteristik responden menurut pendapat, yaitu terdapat sebanyak 17 responden memiliki pendapatan kurang dari Rp1.000.000,00 dengan persentase sebesar 23%, 17 responden memiliki pendapatan berkisar antara Rp1.000.000,00- Rp 2.000.000,00 dengan persentase sebesar 23%, 9 responden memiliki pendapatan berkisar antara Rp2.000.000,00-Rp 3.000.000,00 dengan persentase sebesar 12%, dan 32 responden memiliki pendapatan lebih dari Rp 3.000.000,00 dengan persentase sebesar 43%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen KFC Jatiasih, Kota Bekasi didominasi oleh konsumen dengan jumlah pendapatan yang lebih dari Rp 3.000.000,00 dengan persentase 43%.

Dan karakteristik responden menurut intensitas pembelian didapatkan hasil sebesar 24 responden yang melakukan pembelian satu kali dalam satu bulan dengan persentase sebesar 32%, dan 51 responden yang melakukan pembelian lebih satu kali dalam satu bulan dengan persentase sebesar 68%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen KFC Jatiasih melakukan pembelian lebih dari satu kali dalam kurun waktu satu bulan.

### Analisis Data Deskriptif

Perhitungan mengenai nilai indeks yang menunjukkan hasil jawaban yang telah diberikan oleh responden terkait dengan butir-butir pernyataan dalam variabel-variabel penelitian yang diajukan pada kuesioner penelitian:

#### a. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

Pada penelitian ini terdiri dari 8 butir pernyataan. Berikut merupakan hasil tanggapan responden terhadap variabel kepuasan konsumen:

Tabel 4. Hasil Jawaban Reponden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen (Y)	1		2		3		4		5		Indeks
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
KKS1	1	1%	1	1%	7	9%	53	71%	13	17%	71.6%
KKS2	2	3%	0	0%	6	8%	51	68%	16	21%	<b>65.8%</b>
KKS3	2	3%	6	8%	14	19%	41	55%	12	16%	<b>74.7%</b>
KKS4	5	7%	1	1%	19	25%	39	52%	11	15%	73.3%
KKS5	0	0%	8	11%	17	23%	38	51%	12	16%	74.4%
KKS6	5	7%	4	5%	14	19%	38	51%	14	19%	73.9%
KKS7	4	5%	3	4%	11	15%	50	67%	7	9%	74.1%
KKS8	4	5%	5	7%	14	19%	35	47%	16	21%	73.6%
Rata-Rata Total Indeks											72.7%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas untuk penilaian variabel kepuasan konsumen, nilai indeks tertinggi terdapat pada butir pernyataan KKS3

pada indikator konfirmasi harapan konsumen yaitu sebesar 74.7%. Dimana rata-rata indeks KKS3 termasuk ke dalam kategori tinggi, sehingga dapat diartikan bahwa KFC mampu mengkonfirmasi harapan konsumen dengan sangat baik, artinya konsumen merasa puas karena harapannya telah terpenuhi. Sedangkan, nilai indeks terendah terdapat pada butir pernyataan KKS2 pada indikator kepuasan pelanggan keseluruhan dengan nilai indeks sebesar 65.8%. Dimana rata-rata indeks KKS2 termasuk ke dalam kategori tinggi, sehingga dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan keseluruhan pada konsumen KFC Jatiasih cukup tinggi dan konsumen merasa puas dengan apa yang diberikan oleh KFC Jatiasih Kota Bekasi. Secara keseluruhan, rata-rata indeks skor jawaban variabel kepuasan konsumen sebesar 72.2%. Adapun hasil tersebut berada pada tingkat skor tertinggi. Hal ini membuktikan bahwa konsumen KFC Jatiasih, Kota Bekasi memiliki konfirmasi harapan yang tinggi sehingga harapan itu dapat terpenuhi, serta KFC Jatiasih Kota Bekasi mampu menciptakan kepuasan pelanggan secara keseluruhan yang tinggi bagi para konsumennya.

b. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk

Pada penelitian ini terdiri dari 6 butir pernyataan. Berikut merupakan hasil tanggapan responden terhadap variabel kepuasan konsumen:

Tabel 5. Hasil Jawaban Reponden Terhadap Variabel Kualitas Produk

Kualitas Produk (X2)	1		2		3		4		5		Indeks
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
KUP1	3	4%	6	8%	13	17%	41	55%	12	16%	74.1%
KUP2	2	3%	3	4%	21	28%	36	48%	13	17%	<b>74.7%</b>
KUP3	5	7%	1	1%	21	28%	31	41%	17	23%	74.4%
KUP4	3	4%	3	4%	24	32%	32	43%	13	17%	73.1%
KUP5	4	5%	4	5%	15	20%	43	57%	9	12%	73.1%
KUP6	3	4%	6	8%	23	31%	34	45%	9	12%	<b>70.7%</b>
Rata-Rata Total Indeks											73.3%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas untuk penilaian variabel kualitas produk, nilai indeks tertinggi terdapat pada butir pernyataan KUP2 yaitu sebesar 74.7% pada indikator tampilan fisik produk. Dimana rata-rata indeks KUP2 termasuk ke dalam kategori tinggi, sehingga dapat diartikan bahwa tampilan fisik produk KFC Jatiasih Kota Bekasi sangat baik, dan KFC dapat membuat konsumennya memiliki ketertarikan sendiri atas tampilan fisik produk yang disajikan untuk konsumen. Sedangkan, nilai indeks terendah terdapat pada butir pernyataan KUP6 dengan nilai indeks 70.7% pada indikator desain kemasan dan rasa produk. Dimana rata-rata indeks KUP6 termasuk ke dalam kategori tinggi, sehingga dapat diartikan bahwa KFC dalam menampilkan desain kemasan dan rasa produknya mampu menarik minat dari konsumen karena mempunyai perbedaan dari segi desain dan rasa produk dari pesaing. Secara keseluruhan, rata-rata indeks skor jawaban variabel kualitas produk sebesar 73.3%. Adapun hasil tersebut berada pada tingkat skor tertinggi. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk KFC mampu meningkatkan kepuasan konsumen di KFC

Jatiasih, Kota Bekasi melalui tampilan fisik produk, kesesuaian produk, serta desain kemasan dan rasa dari produk.

- c. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan  
 Pada penelitian ini terdiri dari 8 butir pernyataan. Berikut merupakan hasil tanggapan responden terhadap variabel kepuasan konsumen:

Tabel 6. Hasil Jawaban Reponden Terhadap Variabel Kualitas Layanan

Kualitas Layanan (X3)	1		2		3		4		5		Indeks
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
KUL1	4	5%	0	0%	24	32%	30	40%	17	23%	<b>74.9%</b>
KUL2	4	5%	0	0%	17	23%	45	60%	9	12%	74.7%
KUL3	1	1%	4	5%	19	25%	42	56%	9	12%	74.4%
KUL4	5	7%	8	11%	22	29%	33	44%	7	9%	<b>67.7%</b>
KUL5	7	9%	0	0%	10	13%	49	65%	9	12%	74.1%
KUL6	3	4%	3	4%	16	21%	43	57%	10	13%	74.4%
KUL7	9	12%	2	3%	6	8%	47	63%	11	15%	73.1%
KUL8	9	12%	4	5%	4	5%	41	55%	17	23%	74.1%
Rata-Rata Total Indeks											73.4%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas untuk penilaian variabel kualitas layanan, nilai indeks tertinggi terdapat pada butir pernyataan KUL1 yaitu sebesar 74.9% pada indikator penampilan fasilitas tempat. Dimana rata-rata indeks KUL1 termasuk ke dalam kategori tinggi, sehingga dapat diartikan bahwa KFC mampu menciptakan penampilan fasilitas yang menimbulkan rasa nyaman bagi konsumennya saat berada di KFC, sehingga membuat konsumen KFC Jatiasih, Kota Bekasi betah untuk berlama-lama dan menikmati suasana saat berada di KFC. Sedangkan, nilai indeks terendah terdapat pada butir pernyataan KUL4 dengan nilai indeks 67.7% pada indikator pelayanan yang cepat dan tepat. Dimana rata-rata indeks KUL4 termasuk ke dalam kategori tinggi, sehingga dapat diartikan bahwa KFC mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dengan baik sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh KFC Jatiash Kota Bekasi . Secara keseluruhan, rata-rata indeks skor jawaban variabel kualitas layanan sebesar 73.4%. Adapun hasil tersebut berada pada tingkat skor tertinggi. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan KFC mampu meningkatkan kepuasan konsumen di KFC Jatiasih, Kota Bekasi melalui penampilan fasilitas yang disediakan KFC, pelayanan yang cepat dan cepat untuk konsumen, respon yang sesuai dari penyedia jasa, serta sikap dan perhatian dari penyedia jasa atau karyawan KFC.

### **Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan**

Hasil analisis indeks yang telah dijabarkan diatas menyatakan bahwa dari semua rata-rata total indeks dari variabel kuailitas proudk, kalitas layanan, dan kepuasan konsumen berada pada tingkatan kategori tinggi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat dinyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan demikian, apabila kualitas produk dan kualitas layanan tinggi atau dengan kata lain kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan sesuai

harapan atau melebihi ekspektasi konsumen, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Begitupula sebaliknya, jika kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan rendah atau dengan kata lain tidak mampu memenuhi harapan konsumen, maka tidak dapat terciptanya kepuasan konsumen. Terkait dengan kualitas produk, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Kurniawati dkk (2014) dan Rismawati (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian ini memperkuat hasil penelitian terdahulu terkait dengan kualitas layanan oleh Utami & Jatra (2015) dan Sembiring, dkk (2014) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan analisa data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis deskriptif mengenai kepuasan konsumen KFC Jatiasih Kota Bekasi, maka hasil kesimpulan mengenai penelitian ini ialah :

- a. Mayoritas Konsumen KFC Jatiasih Kota Bekasi didominasi oleh perempuan dengan usia antara 17 – 22 tahun, sebagian besar bertempat tinggal di sekitar wilayah jatiasih, dengan pendapatan paling banyak yaitu lebih dari Rp 3.000.000,00, dan telah melakukan pembelian di KFC Jatiasih Kota Bekasi lebih dari 1 kali dalam waktu 1 bulan.
- b. Berdasarkan hasil analisa deskriptif melalui analisis indeks menyatakan bahwa konsumen KFC Jatiasih kota Bekasi mempersepsikan kualitas layanan lebih tinggi dengan rata-rata total indeks sebesar 73.4%. Dengan hal tersebut, maka KFC Jatiasih, Kota Bekasi dapat meningkatkan kualitas layanannya dalam hal agar kepuasan konsumen meningkat.
- c. Kepuasan Konsumen di KFC Jatiasih Kota Bekasi  
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis indeks, didapatkan hasil bahwa KFC mampu mengkonfirmasi harapan konsumen dengan sangat baik, artinya konsumen merasa puas karena harapannya telah terpenuhi. Selain itu, KFC Jatiasih Kota Bekasi mampu menciptakan kepuasan pelanggan secara keseluruhan yang tinggi bagi para konsumennya, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang diberikan oleh KFC Jatiasih Kota Bekasi.
- d. Kualitas Produk di KFC Jatiasih Kota Bekasi  
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis indeks, didapatkan hasil bahwa tampilan fisik produk KFC Jatiasih Kota Bekasi sangat baik, dan KFC dapat membuat konsumennya memiliki ketertarikan sendiri atas tampilan fisik produk yang disajikan untuk konsumen. Kemudian, KFC dalam menampilkan desain kemasan dan rasa produknya mampu menarik minat dari konsumen karena mempunyai perbedaan dari segi desain dan rasa produk dari pesaing.
- e. Kualitas Layanan di KFC Jatiasih Kiota Bekasi  
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis indeks, didapatkan hasil bahwa KFC mampu menciptakan penampilan fasilitas

yang menimbulkan rasa nyaman bagi konsumennya saat berada di KFC sehingga membuat konsumen KFC Jatiasih, Kota Bekasi betah untuk berlama-lama dan menikmati suasana saat berada di KFC. Selanjutnya, KFC mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dengan baik sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh KFC Jatiaish Kota Bekasi.

### **Saran**

- a. Diharapkan agar KFC Jatiaish, Kota Bekasi mampu mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen agar terciptanya kepuasan pelanggan yang terus berlanjut dan mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen dengan memberikan kualitas produk dan kualitas layanan yang baik.
- b. Kualitas produk yang dimiliki oleh KFC Jatiasih, Kota Bekasi dinilai sudah baik. Tetapi, harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang ada dengan tampilan fisik produk yang dimiliki serta desain kemasan dan rasa produk. Karena kualitas produk memberikan kepuasan pada konsumen
- c. Kemudian, kualitas layanan yang dimiliki oleh KFC Jatiasih, Kota Bekasi dinilai sudah baik. Namun KFC Jatiasih, Kota Bekasi harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang ada melalui dengan meningkatkan penampilan fasilitas tempat serta pelayanan yang cepat dan tepat. Karena kualitas layanan mampu memberikan kepuasan pada konsumen.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen, Edisi 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center Academic Publishing Service)
- Kotler, P., Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. ( Bob Sabran, Penerjemah). Inggris : Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. Inggris: Pearson Education Limited.
- Kurniawati, D. (2014). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan ( Studi Pada Pelanggan Kfc Cabang Kawi Malang )*. 14(2), 1–9.
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : ALFABETA.
- Rismawati (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Steak & Shake Melati Pekanbaru*. *Jom Fisip*, 5(1), 1–11.
- Sembiring, I. J. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas*

- Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald ' S Mt . Haryono Malang ).  
*Jurnal*
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., Chandra, G. (2016). *Service, Quality Dan Satisfaction, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, I. A., & Jatra, I. M. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan Restoran Baruna Sanur*. 4(7), 1984–2000.