

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN**  
**HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN KFC DI**  
**JAKARTA UTARA**



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**DIAJUKAN OLEH :**  
**NAMA : KENVANO JEVIRO**  
**115210236**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA**  
**MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**  
**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**JAKARTA**  
**2025**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN**  
**HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN KFC DI**  
**JAKARTA UTARA**



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**DIAJUKAN OLEH :**  
**NAMA : KENVANO JEVIRO**  
**115210236**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA**  
**MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**  
**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**JAKARTA**  
**2025**

## SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Kenvano Jeviro  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210236  
Program Studi : Manajemen Bisnis  
Alamat : Elang Laut Residence Blok B9H  
Telp: 087722062003  
HP: 087722062003

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 6 Juni 2025

  
Kenvano Jeviro

### Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

### HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : KENVANO JEVIRO  
NIM : 115210236  
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN BISNIS  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN KFC DI  
JAKARTA UTARA

Jakarta, 12 Juni 2025

Pembimbing,



(Prof. Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.A., Ph.D., A.P.U.)

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

### HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : KENVANO JEVIRO  
NIM : 115210236  
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN BISNIS  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN KFC DI JAKARTA UTARA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 1 Juli 2025 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : - Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : - Prof. Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.A., Ph.D., A.P.U.  
- Drs. M. Tony Nawawi, M.M.

Jakarta, 8 Juli 2025  
Pembimbing,



(Prof. Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.A., Ph.D., A.P.U.)

## ***ABSTRACT***

(A) KENVANO JEVIRO (115210236)

(B) *THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION OF KFC RESTAURANT IN NORTH JAKARTA*

(C) *MARKETING MANAGEMENT*

(D) *Abstract: This study aims to analyze the effect of product quality, service quality, and price on customer satisfaction at KFC restaurants in North Jakarta. The increasingly competitive fast food industry requires companies to understand the factors that influence customer satisfaction. This study uses a quantitative approach with a survey method of 150 respondents who are KFC customers. The sampling technique was carried out using purposive sampling, and the data was analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method using the SmartPLS application. The results of the study indicate that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive but insignificant effect, and price has a negative and significant effect on customer satisfaction. These findings indicate that customer satisfaction is more influenced by product quality than service or price, while negative perceptions of price actually reduce the level of satisfaction. This study is expected to be a reference for KFC management in developing strategies to improve services and set prices that are more in line with customer expectations.*

(E) *Keywords: Product Quality, Service Quality, Price, Customer Satisfaction*

(F) Prof. Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.A., Ph.D., A.P.U.

## ABSTRAK

(A) KENVANO JEVIRO (115210236)

(B) PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN KFC DI JAKARTA UTARA

(C) MANAJEMEN PEMASARAN

(D) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di Jakarta Utara. Industri makanan cepat saji yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 150 responden yang merupakan pelanggan KFC. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*, dan data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan aplikasi *SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, dan harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan lebih dipengaruhi oleh kualitas produk dibandingkan layanan atau harga, sedangkan persepsi negatif terhadap harga justru menurunkan tingkat kepuasan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi manajemen KFC dalam menyusun strategi untuk meningkatkan layanan dan menetapkan harga yang lebih sesuai dengan harapan pelanggan.

(E) Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

(F) Prof. Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.A., Ph.D., A.P.U.

## HALAMAN MOTTO

*Success does not come from what we do once in a while, but from what we do consistently.*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Seluruh keluarga saya

Seluruh sahabat dan teman saya

Seluruh dosen pengajar dan dosen pembimbing saya

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan anugerah-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Tarumanagara.

Penulisan skripsi ini tidak mungkin dapat berjalan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.A., Ph.D., A.P.U., selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan seluruh waktunya untuk memeriksa skripsi ini, memberikan arahan dan juga bimbingan agar penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen dan juga staf pengajar Universitas Tarumanagara, yang telah membimbing, memberikan seluruh ilmu dan juga pengajarannya kepada penulis selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Para staf administrasi dan staf perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, yang telah membantu penulis dalam prosesnya mencari sumber-sumber ilmu melalui buku-buku yang ada di perpustakaan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Tarumanagara, sehingga dengan pelayanan dan bantuan dari pihak perpustakaan, maka skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.

6. Pacar Saya Christine, teman-teman Saya Andrew Christopher, Clarissa, dan Kakak Ferry Irawan yang telah sangat banyak membantu dalam berkontribusi atas penyusunan skripsi ini.
7. Orang tua, teman-teman dan orang lain yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya, terimakasih banyak untuk kalian yang selama ini ikut membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

**Jakarta, 12 Juni 2025**

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the bottom.

**Kenvano Jeviro**

## DAFTAR ISI

|                                      | Halaman |
|--------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                  | i       |
| SURAT PERNYATAAN .....               | ii      |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....     | iii     |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....     | iv      |
| <i>ABSTRACT</i> .....                | v       |
| ABSTRAK.....                         | vi      |
| HALAMAN MOTTO.....                   | vii     |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....            | viii    |
| KATA PENGANTAR .....                 | ix      |
| DAFTAR ISI.....                      | xi      |
| DAFTAR TABEL .....                   | xiv     |
| DAFTAR GAMBAR .....                  | xv      |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                 | xvi     |
| BAB I PENDAHULUAN.....               | 1       |
| A. Permasalahan.....                 | 1       |
| 1. Latar Belakang .....              | 1       |
| 2. Identifikasi Masalah .....        | 3       |
| 3. Batasan Masalah.....              | 4       |
| 4. Rumusan Masalah .....             | 4       |
| B. Tujuan Dan Manfaat.....           | 4       |
| 1. Tujuan.....                       | 4       |
| 2. Manfaat.....                      | 5       |
| BAB II LANDASAN TEORI .....          | 6       |
| A. Gambaran Umum Teori.....          | 6       |
| B. Definisi Konseptual Variabel..... | 7       |
| 1. Kualitas Produk .....             | 7       |
| 2. Kualitas Pelayanan .....          | 10      |
| 3. Harga .....                       | 11      |

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4. Kepuasan Pelanggan.....                                                                             | 12 |
| C. Kaitan Antara Variabel-Variabel.....                                                                | 13 |
| 1. Kaitan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan.....                                        | 13 |
| 2. Kaitan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan                                          | 13 |
| 3. Kaitan antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan.....                                                  | 14 |
| D. Penelitian Yang Relevan.....                                                                        | 14 |
| E. Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis .....                                                              | 19 |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                                                                        | 21 |
| A. Desain Penelitian .....                                                                             | 21 |
| B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, Dan Ukuran Sampel .....                                          | 22 |
| 1. Populasi .....                                                                                      | 22 |
| 2. Teknik Pemilihan Sampel.....                                                                        | 22 |
| 3. Ukuran Sampel .....                                                                                 | 22 |
| C. Operasional Varibel .....                                                                           | 23 |
| 1. Kualitas Produk .....                                                                               | 23 |
| 2. Kualitas Pelayanan .....                                                                            | 24 |
| 3. Harga .....                                                                                         | 24 |
| 4. Kepuasan Pelanggan.....                                                                             | 25 |
| D. Analisis Validitas Dan Reliabilitas .....                                                           | 26 |
| 1. Validitas .....                                                                                     | 27 |
| 2. Reliabilitas .....                                                                                  | 31 |
| E. Analisis Data .....                                                                                 | 32 |
| F. Asumsi Analisis Data .....                                                                          | 36 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....                                                            | 38 |
| A. Deskripsi Subjek Penelitian.....                                                                    | 38 |
| 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                              | 38 |
| 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                                      | 39 |
| 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke<br>KFC Jakarta Utara dalam Sebulan ..... | 39 |
| B. Deskripsi Objek Penelitian .....                                                                    | 40 |
| 1. <i>Product Quality</i> .....                                                                        | 40 |

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| 2. <i>Service Quality</i> .....                                | 43 |
| 3. <i>Price</i> .....                                          | 44 |
| 4. <i>Customer Satisfaction</i> .....                          | 45 |
| C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data .....                        | 45 |
| 1. Uji <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....                         | 46 |
| 2. Uji <i>F-Square</i> ( $F^2$ ).....                          | 46 |
| 3. Uji <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ ) .....             | 47 |
| 4. Uji <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....                       | 47 |
| D. Hasil Analisis Data .....                                   | 48 |
| 1. Uji Hipotesis Pertama.....                                  | 48 |
| 2. Uji Hipotesis Kedua .....                                   | 48 |
| 3. Uji Hipotesis Ketiga .....                                  | 49 |
| E. Pembahasan .....                                            | 50 |
| BAB V PENUTUP .....                                            | 55 |
| A. Kesimpulan.....                                             | 55 |
| B. Keterbatasan Dan Saran .....                                | 55 |
| 1. Keterbatasan .....                                          | 55 |
| 2. Saran.....                                                  | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                            | 57 |
| LAMPIRAN.....                                                  | 61 |
| 1. Nama .....                                                  | 70 |
| 2. Jenis Kelamin .....                                         | 70 |
| 3. Usia.....                                                   | 71 |
| 4. Frekuensi kunjungan ke KFC Jakarta Utara dalam sebulan..... | 71 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                       | Halaman |
|---------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan .....                                               | 16      |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....                              | 23      |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....                           | 24      |
| Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Harga.....                                        | 24      |
| Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan .....                          | 25      |
| Tabel 3.5 Hasil <i>Convergent Validity (Average Variance Extracted)</i> .....         | 28      |
| Tabel 3.6 Hasil Analisis <i>Convergent Validity (Loading Factor)</i> .....            | 28      |
| Tabel 3.7 Hasil Analisis <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....           | 29      |
| Tabel 3.8 Hasil Analisis <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker Creation)</i> .... | 30      |
| Tabel 3.9 Hasil Analisis <i>Heterotrait Monotrait Ratio</i> .....                     | 31      |
| Tabel 3.10 Hasil Analisis <i>Cronbach`s Alpha dan Composite Reliability</i> .....     | 32      |
| Tabel 4.1 Tanggapan Responden Atas <i>Product Quality</i> .....                       | 42      |
| Tabel 4.2 Tanggapan Responden Atas <i>Service Quality</i> .....                       | 43      |
| Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas <i>Price</i> .....                                 | 44      |
| Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas <i>Customer Satisfaction</i> .....                 | 45      |
| Tabel 4.5 Hasil <i>R-square</i> .....                                                 | 46      |
| Tabel 4.6 Hasil <i>F-square</i> .....                                                 | 46      |
| Tabel 4.7 Hasil <i>Q-Square</i> .....                                                 | 47      |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis Pertama .....                                           | 48      |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis Kedua .....                                             | 48      |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis Ketiga .....                                           | 49      |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis .....                                                  | 49      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 Model Penelitian.....                                                                               | 19      |
| Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                              | 38      |
| Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                                      | 39      |
| Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke KFC<br>Jakarta Utara dalam Sebulan ..... | 40      |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                               | Halaman |
|---------------------------------------------------------------|---------|
| Lampiran 1. Kuesioner .....                                   | 61      |
| Lampiran 2. <i>Graphic</i> .....                              | 64      |
| Lampiran 3. <i>Outer Loadings</i> .....                       | 65      |
| Lampiran 4. <i>Construct Reliability &amp; Validity</i> ..... | 65      |
| Lampiran 5. <i>Heteroit-Monotrait Ratio</i> .....             | 66      |
| Lampiran 6. <i>Fornell-Larcker</i> .....                      | 66      |
| Lampiran 7. <i>Cross Loading</i> .....                        | 67      |
| Lampiran 8. <i>Collinearity Statistics (VIF)</i> .....        | 68      |
| Lampiran 9. <i>R-Square</i> .....                             | 68      |
| Lampiran 10. <i>F-Square</i> .....                            | 69      |
| Lampiran 11. <i>PLSpredict (Q<sup>2</sup>)</i> .....          | 69      |
| Lampiran 12. <i>Path Coefficients</i> .....                   | 69      |
| Lampiran 13. Profil Responden .....                           | 70      |
| Lampiran 14. Jawaban Kuesioner Kualitas Produk.....           | 72      |
| Lampiran 15. Jawaban Kuesioner Kualitas Pelayanan.....        | 74      |
| Lampiran 16. Jawaban Kuesioner Harga .....                    | 76      |
| Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup .....                       | 78      |
| Lampiran 18. Hasil Turnitin.....                              | 79      |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Permasalahan**

#### **1. Latar Belakang**

Industri makanan cepat saji di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam satu dekade terakhir, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menginginkan kepraktisan dan kecepatan dalam mengonsumsi makanan. Salah satu merek global yang sangat populer di Indonesia adalah *Kentucky Fried Chicken* (KFC). KFC memiliki jaringan gerai yang tersebar luas, termasuk di wilayah Jakarta Utara, dan menawarkan berbagai menu yang telah disesuaikan dengan selera lokal. Namun, meskipun memiliki citra merek yang kuat, KFC menghadapi tantangan yang signifikan dalam mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Pemilihan restoran KFC sebagai objek penelitian didasarkan pada posisinya sebagai salah satu merek makanan cepat saji global yang memiliki jaringan gerai luas di Indonesia, termasuk di wilayah Jakarta Utara. Jakarta Utara dipilih karena memiliki karakteristik pasar urban dengan konsentrasi tinggi konsumen yang kritis terhadap kualitas produk, pelayanan, dan harga. Selain itu, adanya keluhan pelanggan terkait ketidakkonsistenan rasa, kecepatan layanan, serta persepsi harga yang tidak sesuai dengan harapan, menjadikan KFC sebagai objek yang relevan untuk dianalisis secara ilmiah. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan dapat memberikan masukan strategis bagi manajemen KFC.

Jakarta Utara dipilih karena merupakan wilayah yang memiliki banyak pusat perbelanjaan, kawasan bisnis, dan kawasan pelabuhan yang padat aktivitas, sehingga karakteristik konsumennya cenderung urban, *mobile*, dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan cepat saji seperti KFC. Selain itu, dalam konteks penelitian ini, Jakarta Utara juga merupakan area

yang belum banyak diteliti dibandingkan wilayah seperti Jakarta Barat atau Jakarta Selatan. Oleh karena itu, saya ingin memberikan kontribusi penelitian di wilayah yang belum banyak dijadikan objek, namun tetap relevan secara karakteristik konsumen dan aktivitas bisnis.

Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan strategi pemasaran, terutama dalam industri jasa seperti restoran cepat saji. Kepuasan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Menurut Tjiptono (2012) kualitas produk yang baik mencakup aspek keandalan, estetika, hingga kesesuaian spesifikasi sementara Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan mencakup keandalan, tanggapan, jaminan, dan empati. Selain itu, Kotler & Keller (2009) menekankan bahwa harga yang sesuai akan meningkatkan persepsi nilai pelanggan. Oleh karena itu, ketiga variabel ini dianggap saling berkaitan dan relevan untuk diteliti guna mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, khususnya di restoran KFC di Jakarta Utara.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam. Misalnya, Widodo (2021) menemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan justru memiliki pengaruh negatif. Sementara itu, Cahyani & Sitohang (2016) menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji lainnya. Variasi hasil ini menunjukkan perlunya penelitian lanjutan dalam konteks berbeda.

Berbeda dari penelitian sebelumnya, studi ini secara khusus memfokuskan pada pelanggan KFC di Jakarta Utara, sebuah wilayah yang memiliki karakteristik pasar unik dengan konsentrasi tinggi konsumen urban. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis *Structural Equation Modeling (SEM)* untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel tersebut secara komprehensif.

Mahira & Prasetyo (2021) meneliti kepuasan pelanggan terhadap layanan IndiHome di Jakarta Utara dengan fokus pada dua variabel, yaitu

kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini turut memasukkan variabel harga sebagai faktor tambahan yang dianalisis, guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai determinan kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks restoran cepat saji seperti KFC.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini harus dilakukan tentang pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran KFC di Jakarta Utara. Penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen KFC membuat strategi untuk meningkatkan pelayanan dan produk mereka sambil mempertahankan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas. Penelitian ini juga bertujuan untuk meningkatkan penelitian tentang manajemen pemasaran, terutama yang berkaitan dengan bagaimana pelanggan berperilaku di bisnis makanan cepat saji.

## **2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan kondisi tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

- a. Beberapa pelanggan masih memiliki keluhan tentang rasa dan konsistensi produk makanan yang disajikan di beberapa gerai KFC di Jakarta Utara.
- b. Beberapa pelanggan mengeluhkan kualitas pelayanan, seperti kecepatan layanan, keramahan staf, dan kebersihan ruang makan.
- c. Ada kemungkinan bahwa kepuasan pelanggan akan menurun karena harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan nilai yang dirasakan pelanggan.

### **3. Batasan Masalah**

Batasan masalah penelitian ini sebagai berikut:

- a. Pelanggan restoran KFC di wilayah Jakarta Utara adalah satu-satunya subjek penelitian ini.
- b. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga adalah variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, sedangkan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Jumlah sampel yang digunakan adalah 150 responden, yang merupakan pelanggan KFC di Jakarta Utara. Penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*.

### **4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah kualitas produk akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di Jakarta Utara?
- b. Apakah kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kualitas pelanggan pada restoran KFC di Jakarta Utara?
- c. Apakah harga akan berpengaruh terhadap kualitas pelanggan pada restoran KFC di Jakarta Utara?

## **B. Tujuan Dan Manfaat**

### **1. Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di Jakarta Utara.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di Jakarta Utara.

- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di Jakarta Utara.

## **2. Manfaat**

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mencapai manfaat yang ada dalam penelitian tersebut, yaitu:

- a. **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, terkait dengan bagaimana kepuasan pelanggan dalam industri makanan cepat saji dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga.

- b. **Manfaat Praktis**

Diharapkan penelitian ini akan membantu manajemen KFC di Jakarta Utara membuat rencana untuk meningkatkan layanan, produk, dan penetapan harga dengan lebih baik untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. UPP STIM YKPN.
- Alma, B. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amjad Ali Shaikh & Khan, N. U. R. U. (2016). DAMPAK KUALITAS LAYANAN TERHADAP PELANGGAN KEPUASAN: BUKTI DARI INDUSTRI RESTORAN DI PAKISTAN. *Manajemen & Pemasaran*, IX(2), 1–23.
- Cahyani, F. G. and Sitohang, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5, 1–19.
- Darmawan, D. (2017). *Manajemen Ritel*. Revka Prima Media.
- Ghozali, Imam; Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 (Edisi 2)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least squares (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2011). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hery. (2017). *Analisis laporan keuangan: Integrated and comprehensive edition*. Grasindo.
- Ibrahim, Malik; Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Kartajaya, H. (2018). *Marketing 4.0: Bergerak dari tradisional ke digital*.

Gramedia Pustaka Utama.

- Kotler, Philip; Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Lovelock, Christopher; Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Maharani, D. A., Hidayat, W., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Mitra Swalayan Kota Tegal). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 447–456. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/37756>
- Mahira, Prasetyo Hadi, H. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Conference Proceedings*, 2, 1267–1283.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A.; Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Ke-13). Erlangga.
- Raja, Edward A.Lbn.; Maharani; Raja, J. G. L. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Sejarah: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Humaniora*, 6(2), 494–499. <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jr.v6i2.30545>
- Razak, I. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN

- PELANGGAN. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2).
- Ririn Tri, R., & Mastuti H., A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia.
- Schiffman, Leon G.; Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior* (8th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, Uma; Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Stanton, W. J. (1996). *Fundamentals of Marketing* (9th ed.). McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Andi.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Penerbit Andi.
- Ubedullah; Shaikh, A. A. K. (2011). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study. *International Journal of Business and Social Science*, 2(24), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.xxxx/xxxxx>
- Valarie A. Zeithaml & Mary Jo Bitner. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (Ketiga (3r). McGraw-Hill.
- Wetzels, M., Odekerken-Schroder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177–195.
- Widiana, Muslichah Erma; Sinaga, B. (2010). *Dasar-dasar pemasaran*. Karya Putra Darwati.
- Widodo, S. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Kafe Molivia (Studi Kasus pada Konsumen Kafe Molivia Jalan HM Joni Teladan Timur Kota Medan). *Enrichment: Jurnal Manajemen*, 11(2), 619–630.
- Widodo, T. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap customer satisfaction dan

- customer loyalty pada aplikasi BNI Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10, 662–675.
- Yamit, Z. (2013). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonisia.
- Zeithaml, Valarie A.; Bitner, M. J. (2005). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (4th ed.). McGraw-Hill/Irwin.