

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan dan keinginan manusia terus berkembang dan tidak terbatas seiringnya berkembangannya zaman. Manusia tidak lagi mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sendiri sehingga diperlukan adanya organisasi yang dapat dipenuhi kebutuhan dan keinginan manusia tersebut. Proses yang dilakukan oleh organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia dalam rangka meraih keuntungan dikenal dengan istilah bisnis.

Persaingan yang ketat didalam dunia bisnis terjadi pada berbagai bidang, yaitu salah satunya bidang kuliner. Tjiptono (2012) Kebutuhan tersebut adalah makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar dan pokok bagi manusia yang wajib dipenuhi sehingga bisnis kuliner menjadi banyak pilihan bagi para pelaku pembisnis. Kuliner kini sedang menjadi *trend* dikalangan masyarakat Indonesia . Beberapa tahun terakhir, jumlah bisnis kuliner di Indonesia terus menurun bertambah dengan beragam variasi dan inovasi produk yang telah ditawarkan. Hal ini dipengaruhi oleh terjadinya perubahan pola konsumsi dan perubahan gaya hidup manusia yang cenderung lebih memilih sesuatu yang bersifat praktis seperti mengkonsumsi makanan yang siap saji. Peluang inilah yang di manfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk terjun ke dalam bisnis kuliner dengan berlomba-lomba dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang mereka tawarkan, sehingga membuat pesaingan di dunia bisnis kuliner menjadi semakin ketat.

Perusahaan KFC merupakan salah satu perusahaan yang dapat melakukan penanaman modal asing di Indonesia, karena perusahaan tersebut masuk kedalam perusahaan dalam sektor makanan yang mana perusahaan multinasional sektor makanan ini tidak ditutup dalam penanaman modal

asingnya, sehingga seluruh perusahaan multinasional sektor makanan termasuk perusahaan KFC dapat menanamkan modalnya di Indonesia.

Penjelasan diatas sesuai dengan apa yang sudah diatur dalam undang-undang penanaman modal asing yang dapat menguntungkan bagi perusahaan multinasional dibidang makanan, undang-undang yang mengatur tentang pelayanan dan kepuasan konsumen juga dapat memberikan keuntungan yang sangat besar bagi semua perusahaan yang ada di Indonesia termasuk perusahaan multinasional yang menanamkan modalnya di Indonesia. Adapun undang-undang yang mengatur tentang pelayanan dan kepuasan pelanggan diatur dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Berikut merupakan tujuan dibuatnya undang-undang nomor 8 tahun 1999 : bab dua asas dan tujuan pasal 2 perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Pasal 3 perlindungan konsumen bertujuan adalah meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi sendiri, mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan atau jasa, meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen, menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Menurut Sumarwan (2004) “mendefinisikan merek sebagai simbol dan indikator kualitas dari sebuah produk”. Merek biasa dijadikan oleh perusahaan sebagai alat untuk membangun sebuah citra dari produk yang diproduksinya. Oleh karena itu, merek juga bisa disebut sebagai salah satu strategi pemasaran yang dapat mendorong tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dibuatnya, sehingga hal tersebut dapat mendorong peningkatan penjualan baik dimasa sekarang atau dimasa yang akan datang, bahkan secara tidak langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan dan menurunkan risiko perusahaan dari kebangkrutan.

Adapun peneliti melakukan mini survey tentang Citra merek terhadap 10 orang responden secara acak mengenai pengetahuan responden terhadap perusahaan makanan KFC Cabang Ujung Berung, dengan pertanyaan yang peneliti buat, yaitu :

**Tabel 1. 1**

**Kuesioner Mini Survey Citra Merek**

No	Kuesioner	Jawaban
1	Saya merasa bahwa KFC Cabang Ujung Berung tersebut memiliki fasilitas yang lengkap ?	a. Ya b. Tidak
2	Saya merasa bahwa KFC Cabang Ujung Berung merek rumah makan cepat saji yang mudah kamu ingat?	a. Ya b. Tidak
3	Saya merasa bahwa KFC Cabang Ujung Berung memiliki karyawan yang cepat tanggap?	a. Ya b. Tidak
4	Saya merasa bahwa merek KFC Cabang Ujung Berung menggambarkan produk yang ditawarkan?	a. Ya b. Tidak
5	Saya merasa bahwa KFC Cabang Ujung Berung sudah terkenal di berbagai daerah?	a. Ya b. Tidak

Sumber : diolah peneliti (2020)

Dari ke-5 pernyataan diatas didapatkan data sebagai berikut :

**Tabel 1. 2**

**Hasil Jawaban Mini Survei**

No	Kuesioner 1		Kuesioner 2		Kuesioner 3		Kuesioner 4		Kuesioner 5	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
1	√		√		√		√			√
2	√		√		√		√		√	
3		√	√		√		√		√	

4	√		√			√	√		√	
5		√	√			√	√		√	
6	√		√		√		√		√	
7	√		√		√			√	√	
8		√	√		√			√		√
9		√	√			√	√		√	
10	√		√		√		√		√	
Jumlah	6	4	10	0	7	3	8	2	8	2

Sumber : Penulis

Keterangan :

Jawaban untuk pertanyaan 1, 2, 3, 4, dan 5 :

A = Ya

B = Tidak

Berdasarkan hasil kuesioner diatas menunjukkan bahwa 6 orang dari 10 responden merasa fasilitas yang dimiliki oleh KFC Cabang Ujung Berung sudah lengkap, dan 4 orang lainnya merasa belum lengkap. Kemudian 10 dari 10 responden menyatakan bahwa merek di KFC Cabang Ujung Berung mudah diingat. selanjutnya 7 dari 10 responden merasa bahwa KFC Cabang Ujung Berung memiliki karyawan yang cepat tanggap, dan 3 orang lainnya merasa karyawan di KFC Cabang Ujung Berung tidak cepat tanggap. Selanjutnya 8 dari 10 responden merasa produk KFC Cabang Ujung Berung yang sudah ditawarkan, dan 2 orang lainnya merasa belum produk yang ditawarkan. Kemudian 8 dari 10 responden merasa tarif KFC Cabang Ujung Berung sudah terjangkau, 2 orang lainnya merasa tarif tersebut masih terlalu mahal.

Dapat disimpulkan bahwa KFC Cabang Ujung Berung memiliki fasilitas yang lengkap, dan semua responden berpendapat bahwa merek KFC Cabang Ujung Berung juga memiliki rumah makan yang mudah diingat, dan KFC Cabang Ujung Berung memiliki karyawan yang cepat tanggap. Dan kebanyakan dari mereka juga berpendapat bahwa KFC Cabang Ujung Berung sudah menggambarkan produk yang ditawarkan, dan juga kebanyakan dari konsumen merasa bahwa KFC Cabang Ujung Berung sudah terkenal di berbagai daerah. Hal ini membuat penulis ingin meneliti lebih dalam lagi mengenai ketertarikan masyarakat terhadap tempat makan KFC Cabang Ujung Berung.

Selain citra merek, ada kualitas produk menjadi salah satu syarat yang dapat meningkatkan citra merek, maka pengertian produk sendiri menurut Kotler dan Keller (2009), “kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau disirat”.

Adapun peneliti melakukan mini survey tentang Kualitas Produk terhadap 10 orang responden secara acak mengenai pengetahuan responden terhadap perusahaan KFC Cabang Ujung Berung, dengan 5 kuesioner yang peneliti buat, yaitu :

**Tabel 1. 3**

**Kuesioner Mini Survey kualitas Produk**

No	Kuesioner	Jawaban
1	Apakah KFC Cabang Ujung Berung mempunyai berbagai macam produk?	a. Ya b. Tidak
2	Apakah kemasan produk KFC Cabang Ujung Berung ramah lingkungan?	a. Ya b. Tidak
3	Apakah banyak varian produk makanan yang disajikan oleh KFC Cabang Ujung Berung?	a. Ya b. Tidak
4	Apakah produk makanan yang disajikan KFC Cabang Ujung Berung sesuai dengan tampilan?	a. Ya b. Tidak
5	Apakah makanan di KFC Cabang Ujung Berung memiliki ciri khas aroma yang sedap?	a. Ya b. Tidak

Sumber : diolah peneliti 2020

Dari ke 5 pertanyaan diatas didapatkan data sebagai berikut :

**Tabel 1. 4**  
**Hasil Jawaban Mini Survei**

No	Kuesioner 1		Kuesioner 2		Kuesioner 3		Kuesioner 4		Kuesioner 5	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
1	√		√		√		√		√	
2	√			√	√		√		√	
3	√			√	√			√	√	
4	√			√	√			√	√	
5		√	√		√		√			√
6		√	√			√	√		√	
7	√			√	√			√	√	
8		√	√		√		√			√
9	√		√			√	√		√	
10	√		√		√		√		√	
Jumlah	7	3	6	4	8	2	7	3	8	2

Sumber : Penulis

Keterangan :

Jawaban untuk pertanyaan 1, 2, 3, 4, dan 5 :

A = Ya

B= Tidak

Berdasarkan hasil kuesioner diatas menunjukkan bahwa 7 orang dari 10 responden bahwa KFC Cabang Ujung Berung mempunyai berbagai macam produk, dan 3 orang lainnya bahwa KFC Cabang Ujung Berung belum mempunyai macam produk. Kemudian 6 orang dari 10 responden bahwa kemasan produk KFC Cabang Ujung Berung tersebut ramah lingkungan, dan 4 orang responden lainnya bahwa kemasan produk tersebut belum ramah lingkungan. Selanjutnya 8 orang dari 10 responden bahwa varian produk makanan KFC Cabang Ujung Berung siap saji, dan 2 orang lainnya bahwa varian produk makanan belum siap saji. Kemudian 7 orang dari 10 responden bahwa produk KFC Cabang Ujung Berung sudah sesuai dengan tampilan, dan 3 orang lainnya bahwa produk KFC Cabang Ujung Berung belum sesuai dengan tampilan. Kemudian 8 orang dari 10 responden bahwa makanan KFC Cabang Ujung Berung memiliki aromanya yang sedap, dan 2 orang lainnya bahwa makanan KFC Cabang Ujung Berung belum memiliki aromanya yang sedap.

Dapat disimpulkan bahwa KFC Cabang Ujung Berung mempunyai berbagai macam-macam produk, dan KFC Cabang Ujung Berung memiliki kemasan produk yang ramah lingkungan, dan juga kebanyakan varian produk makanan KFC Cabang Ujung Berung adalah siap saji. Dan banyak dari responden bahwa produk KFC Cabang Ujung Berung sudah sesuai dengan tampilan. dan kebanyakan dari responden bahwa produk makanan KFC Cabang Ujung Berung memiliki aromanya yang sedap. Hal ini membuat penulis ingin meneliti lebih dalam lagi mengenai ketertarikan masyarakat terhadap tempat makan KFC Cabang Ujung Berung.

Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk sebenarnya mereka memiliki alasan-alasan tertentu dalam memilih sebuah produk, misalnya merasa puas dengan kualitas yang ditawarkan produk tersebut. Ada pula konsumen yang membeli barang berdasarkan kebutuhan akan suatu barang dan tidak sedikit konsumen yang membeli suatu produk secara spontanitas, maksudnya konsumen membeli produk tersebut tanpa ada rencana untuk membeli sebelumnya atau tanpa adanya pertimbangan-pertimbangan khusus ketika memutuskan untuk membeli.

Cara meningkatkan kualitas produk yang di sediakan oleh perusahaan tersebut. Juga sangatlah penting sebab kualitas dari produk tersebut dapat memberikan kesan

baik dan memberikan kepuasan kepada konsumen yang menikmati KFC Cabang Ujung Berung tersebut.

persaingan ini mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagai konsekuensinya setiap usaha menyediakan layanan jasa juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2012), “Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagusnya tingkat pelayanan yang diberikan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan”

adapun peneliti melakukan mini survey tentang kualitas pelayanan terhadap 10 responden secara acak mengenai pengetahuan responden terhadap perusahaan makanan KFC Cabang Ujung Berung, dengan 5 kuesioner yang peneliti buat, yaitu :

**Tabel 1. 5**

**Kuesioner Mini Survey kualitas Pelayanan**

No	Kuesioner	Jawaban
1	Karyawan KFC Cabang Ujung Berung memberikan pelayanan yang sopan kepada saya	a. Ya b. Tidak
2	Saya merasa percaya dan yakin dengan pelayanan yang ada pada KFC Cabang Ujung Berung	a. Ya b. Tidak
3	Saya merasa bahwa karyawan KFC Cabang Ujung Berung memiliki kemampuan komunikasi yang baik	a. Ya b. Tidak
4	KFC Cabang Ujung Berung memberikan pelayanan yang memuaskan kepada saya	a. Ya b. Tidak
5	KFC Cabang Ujung Berung memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan yang dijanjikan	a. Ya b. Tidak

Sumber : diolah peneliti 2020



Dari ke 5 pertanyaan diatas didapatkan data sebagai berikut :

**Tabel 1. 6**  
**Hasil jawaban mini survei**

No	Kuesioner 1		Kuesioner 2		Kuesioner 3		Kuesioner 4		Kuesioner 5	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
1	√		√		√		√		√	
2	√		√		√		√		√	
3	√		√		√		√		√	
4	√			√	√		√		√	
5	√		√		√			√	√	
6	√		√		√			√	√	
7		√	√		√		√			√
8	√			√	√			√		√
9	√		√		√		√		√	
10	√		√			√	√			√
Jumlah	9	1	8	2	9	1	7	3	7	3

Sumber : Penulis

Keterangan :

Jawaban untuk pertanyaan 1, 2, 3, 4, dan 5 :

A = Ya

B = Tidak

Berdasarkan hasil kuesioner diatas menunjukkan bahwa 9 orang dari 10 responden merasa karyawan KFC Cabang Ujung Berung sudah memberikan pelayanan yang sopan, dan 1 orang lainnya merasa belum mendapatkan pelayanan yang sopan. Kemudian 8 orang responden dari 10 responden merasa sudah percaya dan yakin terhadap tempat makan KFC Cabang Ujung Berung, dan 2 orang lainnya merasa belum percaya dan yakin. Selanjutnya 9 orang dari 10 responden merasa karyawan KFC Cabang Ujung Berung memiliki kemampuan komunikasi yang baik, dan 1 orang lainnya merasa karyawan di KFC Cabang Ujung Berung tidak memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Kemudian 7 orang dari 10 orang responden merasa bahwa KFC Cabang Ujung Berung sudah memberikan pelayanan yang memuaskan, dan 3 orang lainnya merasa belum memberikan pelayanan yang memuaskan. Kemudian 7 orang dari 10 orang responden menyatakan bahwa KFC Cabang Ujung Berung sudah memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan dijanjikan, dan 3 orang lainnya berpendapat bahwa tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

Dapat disimpulkan bahwa karyawan KFC Cabang Ujung Berung sudah memberikan pelayanan yang sopan dan baik, dan kebanyakan responden juga sudah mempercayai dan yakin terhadap perusahaan KFC Cabang Ujung Berung. Kebanyakan dari responden berpendapat bahwa karyawan KFC Cabang Ujung Berung memiliki kemampuan komunikasi yang baik, dan beberapa responden juga berpendapat bahwa KFC Cabang Ujung Berung sudah memberikan pelayanan yang memuaskan. Dan kebanyakan responden juga berpendapat bahwa KFC Cabang Ujung Berung sudah memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini membuat penulis ingin meneliti lebih dalam lagi mengenai ketertarikan masyarakat terhadap penggunaan tempat makan KFC Cabang Ujung Berung.

Kualitas pelayanan ditentukan oleh konsumen sebagai orang yang menikmati jasa layanan tersebut. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi persepsi konsumen tentang layanan yang dibutuhkan dan diinginkannya, kemudian disesuaikan dengan layanan yang akan disediakan oleh restoran tersebut. Dengan demikian restoran selalu berusaha

menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen sehingga mencapai kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Menurut Kotler (2005) “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya”.

Adapun peneliti melakukan mini survey tentang kepuasan konsumen terhadap 10 responden secara acak mengenai pengetahuan responden terhadap perusahaan makanan KFC Cabang Ujung Berung, dengan 5 kuesioner yang peneliti buat, yaitu :

**Tabel 1. 7**  
**Kuesioner Mini Survey Kepuasan Konsumen**

No	Kuesioner	Jawaban
1	Apakah anda sudah lama mengenal merek KFC Cabang Ujung Berung?	a. Ya b. Tidak
2	Apakah anda pernah menggunakan KFC Cabang Ujung Berung?	a. Ya b. Tidak
3	Apakah anda tertarik menggunakan KFC Cabang Ujung Berung?	a. Ya b. Tidak
4	Menurut anda apakah pelayanan di KFC Cabang Ujung Berung sudah baik?	a. Ya b. Tidak
5	Menurut anda apakah produk di KFC Cabang Ujung Berung sudah memuaskan?	a. Ya b. Tidak

Sumber : diolah peneliti 2020

**Tabel 1. 8**  
**Hasil Jawaban Mini Survei kepuasan konsumen**

No	Kuesioner 1		Kuesioner 2		Kuesioner 3		Kuesioner 4		Kuesioner 5	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
1	√		√		√		√		√	
2	√		√		√			√	√	
3	√		√		√			√		√
4	√		√		√		√		√	
5	√		√		√			√	√	
6		√	√			√		√		√
7	√		√		√			√		√
8	√		√		√		√			√
9		√	√					√	√	
10		√		√		√	√			√
Jumlah	7	3	9	1	8	2	4	6	5	5

Sumber : penulis

Keterangan

Jawaban untuk pertanyaan 1, 2, 3, 4, dan 5 :

A = Ya

B = Tidak

Berdasarkan hasil questioner diatas menunjukkan bahwa 7 orang dari 10 responden sudah lama mengenal merek KFC Cabang Ujung Berung tersebut, dan 3

orang lainnya responden baru mengetahui merek KFC Cabang Ujung Berung tersut. Kemudian 9 orang dari 10 responden sudah pernah menggunakan tempat makan KFC Cabang Ujung Berung tersebut, dan 1 orang lainnya belum pernah menggunakan tempat makanan KFC Cabang Ujung Berung. Selanjutnya 8 orang dari 10 responden tertarik menggunakan tempat makanan KFC Cabang Ujung Berung, dan 2 orang lainnya belum tertarik menggunakan tempat makan KFC Cabang Ujung Berung. Selanjutnya 4 orang dari 10 responden bahwa menyatakan pelayanan di KFC Cabang Ujung Berung sudah baik, dan 6 orangnya lainnya menyatakan bahwa pelayanan di KFC Cabang Ujung Berung belum maksimal atau belum baik. Kemudian 5 orang dari 10 responden bahwa menyatakan produk di KFC Cabang Ujung Berung sudah baik, dan 5 orang lainnya menyatakan bahwa produk di KFC Ujung Berung belum maksimal dan belum baik.

Dapat disimpulkan bahwa KFC Cabang Ujung Berung cukup di kenal oleh responden, dan kebanyakan dari mereka sudah pernah menggunakan tempat makan tersebut. Namun mengenai produk dan pelayanan kebanyakan dari responden berpendapat bahwa produk dan pelayanan dari KFC Cabang Ujung Berung belum maksimal dan belum baik. Hal ini penulis ingin meneliti lebih dalam lagi mengenai ketertarikan masyarakat terhadap menggunakan tempat makan KFC Cabang Ujung Berung.

Ada berbagai macam banyak perusahaan yang menyediakan tempat makan seperti MCD, KQ-5, CFC, dan banyak lainnya. Banyaknya perusahaan pengiriman, membuat para pelaku usaha tersebut semakin berlomba-lomba memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang terbaik untuk konsumennya. Selain memberikan produk dan pelayanan yang baik juga, perusahaan mencoba untuk membangun citra merek yang baik agar dapat diingat sebagai salah satu perusahaan yang menyediakan tempat makan yang baik. Dari beberapa perusahaan tempat makan yang dikenal oleh masyarakat, KFC hadir sebagai salah satu perusahaan tempat makan.

Dalam penelitian ini penulis menetapkan KFC Cabang Ujung Berung sebagai objek penelitian. Penulis memilih KFC Cabang Ujung Berung karena dapat

memudahkan penulis dalam melakukan penelitian ini, seperti memudahkan penulis dalam mencari sumber data dalam penelitian tersebut, dan juga akan memudahkan penulis dalam menyebarkan kuesioner penelitian tersebut karena letak objek penelitian ini berdekatan dengan lokasi peneliti.

Penelitian ini juga cukup menarik karena dapat mencari atau memecahkan masalah yang ada berhubungan dengan kepuasan konsumen, di duga salah satunya adalah berkaitan dengan citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Karena perusahaan KFC Cabang Ujung Berung ini sudah dikenal dikalangan masyarakat namun masih terdapat beberapa kekurangan seperti dari segi produk dan segi pelayanan tersebut. peneliti ini juga penting karena dapat menjadi bahan masukan baik bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan maupun bagi masyarakat juga sebagai bahan referensi dalam memilih tempat makan ditengah banyak lahirnya atau berkembangnya tempat makan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang menggunakan perusahaan KFC Cabang Ujung Berung. Oleh karena itu, diambil judul penelitian **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pada KFC Wilayah Bandung Timur”**.

## **B. Identifikasi masalah**

Berdasarkan paparan dari latar belakang masalah di atas dan melakukan indentifikasi ternyata permasalahan yang terjadi pada kfc ujung berung, diantara lain :

1. Kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh KFC Cabang Ujung Berung yang berdasarkan beberapa aspek.
2. Citra merek yang diterima oleh konsumen dirasa sudah berubah.
3. Tingginya penawaran harga yang kurang sesuai dengan produk yang ditawarkan ke konsumen.
4. Kurangnya kepuasan konsumen KFC Cabang Ujung Berung.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dikemukakan diatas maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di KFC Wilayah Bandung Timur?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di KFC Wilayah Bandung Timur?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen KFC Wilayah Bandung Timur?
4. Seberapa besar pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di KFC Wilayah Bandung Timur?

### **D. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan permasalahan yang akan diteliti, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dari citra merek terhadap kepuasan konsumen di KFC Wilayah Bandung Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di KFC Wilayah Bandung Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di KFC Wilayah Bandung Timur.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif dari citra merek, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di KFC Wilayah Bandung Timur.

### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun yang menjadi kegunaan dilakukannya penelitian ini terdiri atas dua kegunaan tersebut. Yaitu kegunaan terhadap kepentingan akademik dan kegunaan terhadap kepentingan dunia praktis. Adapun kegunaan tersebut:

## 1. **Manfaat Teoritis**

Secara teoritis tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui citra merek, kualitas produk, dan kualitas pelayanan pada perusahaan KFC Wilayah Bandung Timur yang ditinjau dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra mereknya, dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan kemajuan dalam perkembangan perusahaan makanan khususnya bagi perusahaan KFC Wilayah Bandung Timur penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait dengan pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

## 2. **Manfaat Praktis**

### a. **Manfaat Bagi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan agar menambah wawasan dan pemahaman tentang citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan serta untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan sebagai hasil pengamatan langsung serta dapat memahami penerapan disiplin ilmu yang diperoleh selama studi di perguruan tinggi.

### b. **Manfaat Bagi KFC Wilayah Bandung Timur**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi manajemen perusahaan ataupun kepala cabang perusahaan untuk memperbaiki kualitas produk dan kualitas pelayanan serta bagaimana membangun citra merek yang baik. Penelitian ini juga diharapkan memberi bahan informasi yang bermanfaat bagi Kepala Cabang dalam mengambil kebijakan atau keputusan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.



c. Manfaat Bagi Pihak Lain atau Pembaca

Semoga hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan bagi penelitian-penelitian yang sejenis dan sebagai bahan masukan yang berkaitan dengan Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

