

Analisis pengaruh menu paket terhadap kepuasan konsumen : Studi kasus Kentucky Fried Chicken di Jakarta

Arti Wahyuni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=98974&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada kondisi pangsa pasar yang semakin kompetitif saat ini, banyak perusahaan menerapkan berbagai strategi pemasaran guna mempertahankan kepuasan pelanggan mereka agar tidak tertarik untuk berpindah pada produk kompetitornya. Strategi pemasaran yang diterapkan pun beragam, dan salah satunya adalah penerapan bundling. "PAHE" (Paket Hemat) atau "BUY 2 GET FREE" atau yang dikenal dengan BUNDLING (PAKET) seringkali kita dengar dan telah menjadi umum bagi kita untuk menemukan strategi ini diaplikasikan oleh banyak perusahaan.

Saat ini banyak perusahaan, baik yang memproduksi barang maupun jasa, secara rutin menawarkan begitu banyak bentuk bundling dengan beragam kombinasi produk didalam satu paket. Contohnya airlines, hotel, bioskop, perbankan, rumah sakit dan lainnya. Tidak terkecuali dengan perusahaan yang bergerak dibidang restoran, salah satunya adalah Kentucky Fried Chicken (KFC).

KFC merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang restoran siap saji, yang menerapkan menu paket pada penjualan produk ayamnya. Padahal dalam rangka meningkatkan profit penjualan dan mempertahankan kepuasan konsumen mereka, diperlukan suatu penelitian mengenai pengaruh menu paket terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini bermaksud untuk menjawab pertanyaan: faktor-faktor apakah yang terpenuhi didalam menu paket KFC yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen KFC di Jakarta. Didalam model penelitian dinyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor kebutuhan, keinginan, nilai dan harapan.

Unit analisis penelitian ini adalah konsumen menu paket KFC di Jakarta. Pengambilan sample dilakukan di 5 outlet yang tersebar di 5 wilayah Jakarta, masing-masing outlet disebarkan 50 kuesioner kepada konsumen yang baru saja membeli menu paket KFC. Item pertanyaan kuesioner adalah indikator-indikator untuk mengukur konstruk penelitian ini. Konstruk penelitian kebutuhan diukur

dengan 5 indikator, sedangkan konstruk penelitian keinginan, nilai dan kepuasan diukur dengan 4 indikator, dan konstruk penelitian harapan diukur dengan 3 indikator. Seluruhnya terdapat 20 indikator dalam penelitian ini.

Metode analisis data yang digunakan terdiri dari dua tahap. Tahap pertama pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis faktor pada

setiap konstruk yang ada pada model penelitian. Hal ini dilakukan guna melihat kelayakan indikator-indikator dalam membentuk masing-masing konstruk. Setelah diperoleh hasil dari teknik analisis faktor, maka dilakukan teknik analisis tahap kedua yaitu dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jumlah konsumen menu paket KFC yang berhasil dijadikan responden dan memiliki data jawaban yang sah untuk digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 250 responden.

Hasil analisis data dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa:

1. Faktor keinginan konsumen secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen menu paket KFC.
2. Faktor nilai konsumen secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen menu paket KFC.

Sedangkan faktor kebutuhan dan harapan konsumen tidak signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen menu paket KFC.