

ABSTRACT

This study aims to determine the comparative analysis of service quality between companies KFC and KFC Surya SUMANTRI BTC Pasteur. Where the independent variables of service quality. This research was conducted at PT KFC in Bandung. Methods of data collection in this study was to questionnaires filled out by the respondents, Maranatha Christian University Students who have purchased a product at twice the purchase of food. Sampling a total of 110 respondents in this study using different test methods. The independent variables in this study consists of the variable quality of service. The tests used in this study include validity, reliability test, the classic assumption test, normality test, different test, independent two-sample test (independent samples T-test), determination of the level of significance, and the testing of hypotheses that seek frequency whether there is a difference between KFC Surya Sumantri and KFC BTC Pasteur

The analysis using different test methods can be seen that respondents response to service quality at KFC Surya performance is excellent SUMANTRI / agree. Second, respondents responses to service quality at KFC BTC Pasteur performance is very good / agree. Third, there are differences in the quality of service seen from the dimensions of Tangibles, Reliability, Assurance, Empathy and Responsiveness there is no difference because the average experience that is almost the same mean and KFC BTC 0.60017 0.63596 KFC Surya Sumantri. With the results of the difference between KFC and KFC Surya SUMANTRI BTC Pasteur to service quality.

Keywords: Quality of service

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis perbandingan kualitas pelayanan antara perusahaan KFC Surya Sumantri dan KFC BTC Pasteur. Dimana variabel independen kualitas pelayanan. Penelitian ini dilakukan di PT KFC di Bandung. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang telah membeli produk makanan pada dua kali pembelian. Pengambilan sampel sebanyak 110 responden dalam penelitian ini menggunakan metode *Uji beda*. Variabel Indepeden dalam penelitian ini terdiri satu variable kualitas pelayanan. Pengujian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji Normalitas, uji beda, pengujian dua sample bebas (idepedent samples T-test), penetapan tingkat signifikansi, dan pengujian hipotesis yang mencari frekeuensi apakah terdapat perbedaan antara KFC Surya Sumantri dan KFC BTC Pasteur

Hasil analisis menggunakan metode *Uji beda* dapat diketahui bahwa Tanggapan Respoden terhadap kualitas pelayanan pada kinerja KFC Surya Sumantri sangat baik/setuju. Kedua, tanggapan Respoden terhadap kualitas pelayanan pada kinerja KFC BTC Pasteur sangat baik/setuju. Ketiga, terdapat perbedaan kualitas pelayanan dilihat dari dimensi Tangibles, Reliability, Asurance, Emphaty dan Responsiveness tidak terdapat perbedaan karena mengalami rata-rata yang hampir sama yaitu Mean KFC BTC 0.60017 dan KFC Surya Sumantri 0.63596. Dengan hasil adanya perbedaan antara KFC Surya Sumantri dan KFC BTC Pasteur terhadap kualitas pelayanan.

Kata-kata kunci: Kualitas pelayanan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Riset	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran.....	12

2.1.3 Bauran Pemasaran	12
2.2 Pengertian Jasa	16
2.2.1 Sifat dan Karakteristik Jasa	16
2.2.2 Strategi Pemasaran Jasa	19
2.2.3 Model 5 Kesenjangan yang Menyebabkan Kegagalan Pengiriman jasa.....	22
2.3 Dimensi Kualitas Jasa	23
2.3.1 Pemasaran Holistik Jasa	28
2.3.2 Alat Ukur Kualitas Pelayanan	28
2.4 <i>Franchise</i>	33
2.4.1 Pengertian <i>Franchise</i>	33
2.4.2 Tipe Bisnis <i>Franchise</i>	34
2.4.3 Jenis Usaha <i>Franchise</i>	35
2.5 Restoran Cepat Saji	35
2.5.1 Pengertian Restoran Cepat Saji	35
2.6 Kerangka Teori.....	36
2.7 Kerangka Pemikiran.....	37
 BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Objek Penelitian	38
3.1.1 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	38
3.1.2 Sejarah KFC	38
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	40
3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	41

3.2 Metode Penelitian.....	42
3.2.1 Variabel	43
3.2.1.1 Variabel Penelitian.....	43
3.2.1.2 Operasional Variabel	44
3.2.2 Populasi dan Sample Penelitian	50
3.2.2.1 Populasi.....	50
3.2.2.2 Sample	50
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	51
3.2.3.1 Jenis Data.....	51
3.2.3.2 Sumber Data	51
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	52
3.2.4.1 Teknik Analisis Data	53
3.2.4.2 Pengujian Data.....	54
3.2.4.3 Uji Validitas.....	55
3.2.4.4 Uji Reliabilitas	55
3.2.5 Uji Normalitas	56
3.2.6 Analisis Uji Beda	57
3.2.6.1 Pengujian Hipotesis	57
3.2.6.2 Independent Sampel T-Test.....	59
3.2.6.3 Penetapan Tingkat Signifikansi	59
3.2.6.4 Pengujian Hipotesis	60
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 61
4.1 Analisis Tanggapan Responden	62

4.2 KFC BTC Pasteur.....	66
4.3 UjiValiditas dan Reliabilitas	70
4.3.1 Uji Validitas	70
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	72
4.4 Analisis Statistik Deskriptif Data Responden	72
4.4.1 Jenis Kelamin Responden KFC Surya Sumantri.....	73
4.4.2 Penghasilan Responden/ Uang Saku	74
4.4.3 Pembelian Responden	75
4.4.4 Jenis Kelamin Responden KFC BTC Pasteur	75
4.4.5 Penghasilan Responden/ Uang Saku	76
4.4.6 Pembelian Responden	77
4.5 Analisis Deskriptif Data Penelitian	77
4.6 Analisis Persamaan Uji Beda	78
4.7 Normalitas	81
4.8 Penetapan Tingkat Signifikansi.....	83
4.9 Pembahasan.....	83
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
 DAFTAR PUSTAKA	 87
LAMPIRAN	89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	120

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Perbandingan Jumlah Pelanggan 8
Gambar 2	Bauran Pemasaran..... 13
Gambar 3	Rerangka Teori 37
Gambar 4	Rerangka Pemikiran..... 37
Gambar 5	Struktur Organisasi 41

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Data Pelanggan KFC Surya Sumantri dan KFC BTC Pasteur Nov 2012-Feb 2013 6
Tabel II	Definisi Oprasional Variabel 45
Tabel III	Responden terhadap Variabel X KFC Surya Sumantri (<i>Tangibles</i>) 62
Tabel IV	Responden terhadap Variabel X KFC Surya Sumantri (<i>Reliabilty</i>) 63
Tabel V	Responden terhadap Variabel X KFC Surya Sumantri (<i>Responsiveness</i>) 64
Tabel VI	Responden terhadap Variabel X KFC Surya Sumantri (<i>Emphaty</i>) 64
Tabel VII	Responden terhadap Variabel X KFC Surya Sumantri (<i>Assurance</i>) 65
Tabel VIII	Responden terhadap Variabel X KFC Pasteur (<i>Tangibles</i>) 66
Tabel IX	Responden terhadap Variabel X KFC Pasteur (<i>Realibility</i>) 67
Tabel X	Responden terhadap Variabel X KFC Pasteur (<i>Responsiveness</i>) .. 68
Tabel XI	Responden terhadap Variabel X KFC Pasteur (<i>Emphaty</i>) 69
Tabel XII	Responden terhadap Variabel X KFC Pasteur (<i>Assurance</i>) 70
Tabel XIII	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas KFC Surya Sumantri..... 71
Tabel XIV	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas KFC Pasteur..... 73
Tabel XV	Rekapitulasi Hasil Uji Realibilitas KFC BTC Pasteur 75
Tabel XVI	Rekapitulasi Hasil Uji Realibilitas KFC BTC Surya Sumantri 75

Tabel XVII	Jenis Kelamin Responden KFC Surya Sumantri	76
Tabel XVIII	Penghasilan/ Uang Saku Responden KFC Surya Sumantri.....	77
Tabel XIX	Pembelian Responden Responden KFC Surya Sumantri	78
Tabel XX	Jenis Kelamin Responden Responden KFC Surya Pasteur	78
Tabel XXI	Penghasilan/ Uang Saku Responden KFC Surya Pasteur.....	79
Tabel XXII	Pembelian Responden Responden KFC Pasteur	80

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	Kuesioner Penelitian..... 89
Lampiran B	Pengolahan Data Validitas Normalitas..... 95
Lampiran C	Pengolahan Uji Beda 116