

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN  
HARGA, CITRA MEREK DAN VARIASI PRODUK  
(Studi Kasus pada Konsumen KFC Indonesia di Wilayah Jakarta Timur)**

*ANALYSIS THE DIFFERENCE OF CONSUMER SATISFACTION  
BASED ON PRICE, BRAND IMAGE AND PRODUCT VARIATION  
(Case Study on Cosumers KFC Indonesia in the East Jakarta Area)*

Oleh  
**MARIA FELIANI S.**  
**2015410113**

**SKRIPSI**

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi  
Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2021**

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN  
BERDASARKAN HARGA, CITRA MEREK DAN VARIASI  
PRODUK**

**(Studi Kasus pada Konsumen KFC Indonesia di Wilayah Jakarta  
Timur)**

***ANALYSIS THE DIFFERENCE OF CONSUMER  
SATISFACTION BASED ON PRICE, BRAND IMAGE AND  
PRODUCT VARIATION***

***(Case Study on Consumers KFC Indonesia in the East Jakarta  
Area)***

Oleh :

**MARIA FELIANI S**

**2015410113**

**SKRIPSI**


**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam  
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada**


**Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal Seperti tertera di bawah ini**

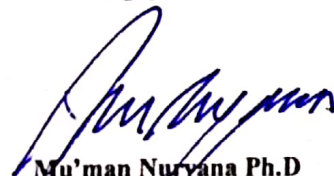
**Jakarta, 3 Agustus 2021**

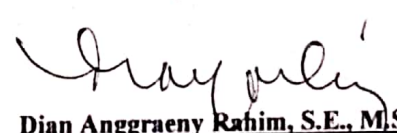
  
**Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M**  
Pembimbing

**Dr. Firsan Nova**  
Penguji I

  
**Drs. Fauzi Baisvir, MM**  
Penguji II

  
**Ellena Nurfazria Handayani, S., M.M**  
Penguji III

  
**Mu'man Nuryana Ph.D**  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
**Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si**  
Ketua Program Studi

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maria Feliani S.

Nim : 2015410113

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Harga, Citra Merek, dan Variasi Produk (Studi Kasus pada Konsumen KFC Indonesia di Wilayah Jakarta Timur)”. Yang dibimbing oleh Dosen Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M. adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Juli 2021

Yang membuat pernyataan,

  
Maria Feliani S.

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perbedaan konsumen yang tidak puas dan puas pada KFC Indonesia di wilayah Jakarta Timur berdasarkan harga, *brand image*, dan variasi produk. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner melalui *google form* kepada 100 responden konsumen KFC Indonesia di wilayah Jakarta Timur. Sampel diambil menggunakan rumus proporsi tak terduga, pengujian kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Data dianalisis dengan menggunakan analisis diskriminan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan *brand image* berpengaruh signifikan dalam membedakan konsumen yang tidak puas dan puas, sedangkan variasi produk tidak berpengaruh secara signifikan dalam membedakan konsumen yang tidak puas dan puas. Hal ini dibuktikan dengan hasil *Variables Entered/Removed<sup>a,b,c,d</sup>* bahwa harga mendapatkan angka F hitung sebesar 53,989, *brand image* mendapatkan angka 79,860 dan variasi produk tidak lolos dalam uji ini.

Kata kunci: Harga, *Brand Image*, Variasi Produk, Analisis Diskriminan



## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine difference in customer satisfaction at KFC Indonesia in the East Jakarta Area based on price, brand image, and product variation. This research was conducted with quantitative method of data collection used by giving a questionnaire via google form to 100 respondents of KFC Indonesia in the East Jakarta Area. Samples were taken using the formula of unexpected proportions, testing the quality of the data in this study using validity and reliability tests. Data were analyzed using discriminant analysis. The results show that price and brand image have a significant effect in distinguishing unsatisfied and satisfied consumer. This is evidenced by the result of Variables Entered/Removed<sup>a,b,c,d</sup> that price gets an F-count of 53,989, and brand image gets an F-count of 79,860, and product variation does not pass this test.*

*Keywords: Price, Brand Image, Product Variation, Discriminant Analysis*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat kasih karunia-Nya penyusunan dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen berdasarkan Harga, Citra Merek dan Variasi Produk (Studi Kasus pada Konsumen KFC Indonesia di Wilayah Jakarta Timur)”** dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen di Universitas Darma Persada.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M selaku pembimbing/ promotor yang telah membimbing, mengarahkan dan membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Bapak Sukardi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
5. Seluruh dosen dan staf Universitas Darma Persada yang telah membekali berbagai ilmu yang sangat berguna bagi penyusun dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.

6. Kedua orang tua beserta keluarga yang dengan penuh kesabaran memberikan dukungan dan motivasi kepada penyusun untuk menyelesaikan pendidikan di tingkat Perguruan Tinggi.
7. Guido Sipangkar, seseorang yang selalu menyemangati dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna, oleh karena itu dengan kerendahan hati mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi menunjang penelitian ini. Akhirnya, penyusun berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan. Selain itu, tugas akhir ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh masyarakat banyak.

Jakarta, Juli 2021

Maria Feliani S.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah .....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	11
1.2.2 Batasan Masalah .....	12
1.2.3 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	15
1. Pengertian Manajemen .....	15
2. Pengertian Pemasaran .....	16
3. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	17



2.1.2 Harga .....	18
1. Pengertian Harga .....	18
2. Tujuan Penetapan Harga .....	19
3. Peran Penetapan Harga .....	20
4. Kebijakan Harga .....	21
5. Dimensi Harga .....	23
2.1.3 Citra Merek .....	23
1. Pengertian Citra Merek .....	23
2. Tingkatan Citra Merek .....	25
3. Pengukuran Citra Merek .....	25
4. Fungsi Citra Merek .....	26
5. Manfaat Citra Merek .....	28
6. Dimensi Citra Merek .....	30
2.1.4 Variasi Produk .....	32
1. Pengertian Variasi Produk .....	32
2. Indikator Variasi Produk .....	33
2.1.5 Kepuasan Pelanggan .....	34
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	34
2. Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	34
3. Komponen Kepuasan Konsumen .....	36
4. Faktor Utama Kepuasan Pelanggan .....	36
5. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	37
6. Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	39
7. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	40
2.2 Penelitian Terdahulu .....	40
2.3 Kerangka Pemikiran .....	43
2.4 Hipotesis Penelitian .....	45

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Metode yang Digunakan .....	46
3.2 Definisi Operasional .....	47
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data .....	48
3.3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	48
3.3.2 Jenis Penelitian .....	49
3.3.3 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan .....	49
3.3.4 Populasi dan Sampel .....	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.5 Metode Analisis .....	56
3.5.1 Uji Keabsahan Data .....	56
3.5.2 Alat Analisis Data .....	57

### **BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	62
4.1.1 Sejarah KFC Indonesia .....	62
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	63
4.2 Karakteristik Responden .....	64
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin ....	64
4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	65
4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan .....	65
4.2.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	66
4.2.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	67
4.2.6 Karakteristik Responden berdasarkan Lama Berlanggan-	

an Produk KFC Indonesia .....	68
4.2.7 Karakteristik Responden berdasarkan Produk KFC Indo-	
nesia yang sering Dibeli .....	69
4.2.8 Karakteristik Responden berdasarkan Alasan menjadi	
Konsumen KFC Indonesia .....	71
4.3 Uji Keabsahan Data .....	72
4.3.1 Uji Validitas .....	72
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	75
4.4 Analisis Data .....	75
4.4.1 Asumsi pada Analisis Diskriminan .....	75
4.4.2 Analisis Diskriminan .....	78
4.4.3 Variabel yang Layak untuk Dianalisis .....	80
4.4.4 Menguji Varians dari setiap Variabel .....	81
4.4.5 Menguji Variabel <i>Entered/ Removed</i> .....	82
4.4.6 Menguji Variabel yang Signifikan dalam Penelitian .....	83
4.4.7 Menguji <i>Wilk's Lambda</i> .....	83
4.4.8 Mengukur Keeratan Hubungan dalam Analisis	
Diskriminan .....	84
4.4.9 Hasil Uji Variabel Penelitian .....	85
4.4.10 Menguji Tabel <i>Structure Matrix</i> .....	86
4.4.11 Menguji Fungsi Diskriminan .....	86
4.4.12 Menguji Ketepatan Model Diskriminan .....	88
4.5 Pemecahan Masalah .....	89

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

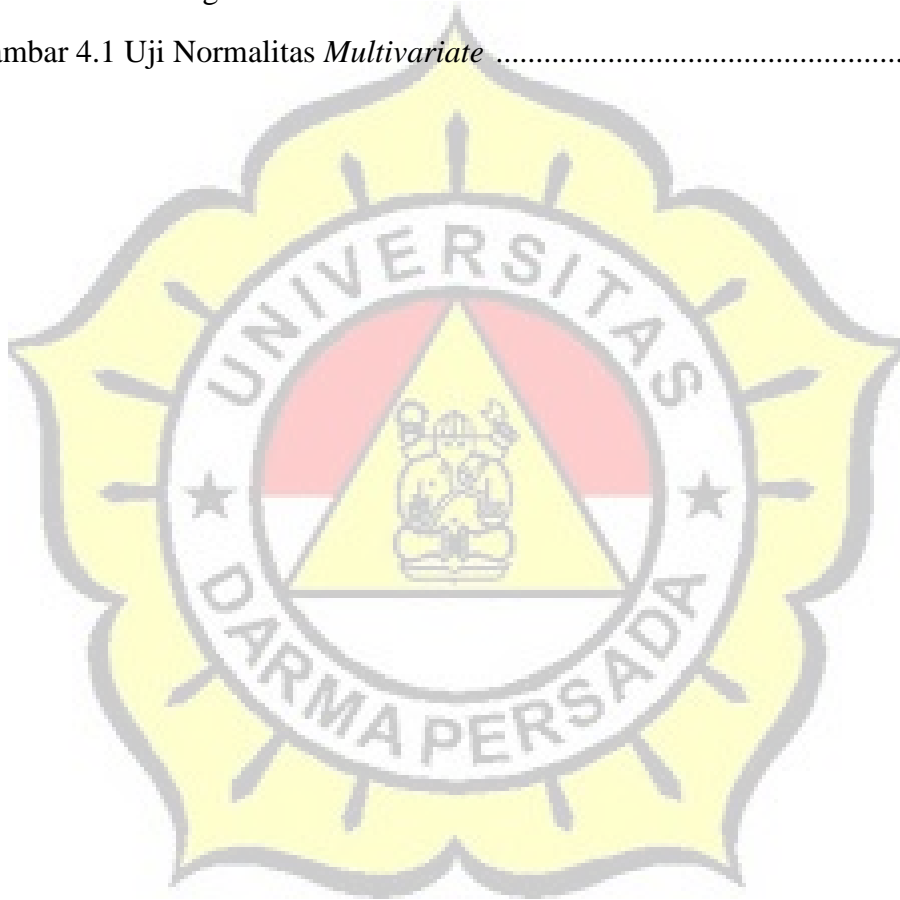
5.1 Kesimpulan .....	91
----------------------	----

5.2 Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>95</b>



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Aktivitas yang Dihindari selama Pandemi .....	2
Gambar 1.2 Perbandingan Pendapatan KFC Indonesia pada Tahun 2019 dan 2020 .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	44
Gambar 4.1 Uji Normalitas <i>Multivariate</i> .....	76



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Restoran <i>Fast Food</i> Tahun 2019 dan 2020 ....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga KFC dan MC Donald's .....	5
Tabel 1.3 Varian Produk di KFC Indonesia .....	6
Tabel 1.4 <i>Review</i> Konsumen tentang KFC Indonesia di Wilayah Jakarta Timur .....	8
Tabel 1.5 <i>Review</i> Konsumen tentang Harga KFC Indonesia di Wilayah Jakarta Timur .....	9
Tabel 1.6 <i>Review</i> Konsumen tentang Citra Merek KFC Indonesia di Wilayah Jakarta Timur .....	10
Tabel 1.7 <i>Review</i> Konsumen tentang Variasi Produk KFC Indonesia di Wilayah Jakarta Timur .....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	47
Tabel 3.2 Skala Likert .....	54
Tabel 3.3 Skala Interval .....	55
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan .....	66
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Pengeluaran Per Bulan .....	67
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	68
Tabel 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Lama Berlangganan Produk KFC Indonesia .....	69

Tabel 4.7 Karakteristik Responden berdasarkan Produk KFC Indonesia yang sering Dibeli .....	70
Tabel 4.8 Karakteristik Responden berdasarkan Alasan menjadi Konsumen KFC Indonesia.....	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Variasi Produk .....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian .....	75
Tabel 4.13 Koefisien Korelasi Normalitas <i>Multivariate</i> .....	76
Tabel 4.14 <i>Correlation Matrix</i> .....	77
Tabel 4.15 Kesesuaian Data .....	78
Tabel 4.16 Pengelompokkan Sampel .....	79
Tabel 4.17 <i>Test of Equality of Group Means</i> .....	80
Tabel 4.18 Hasil Uji Box's M .....	81
Tabel 4.19 <i>Variable Entered/ Removed</i> .....	82
Tabel 4.20 <i>Variable in the Analysis</i> .....	83
Tabel 4.21 <i>Wilk's Lambda</i> .....	84
Tabel 4.22 Keeratan Hubungan Variabel .....	84
Tabel 4.23 <i>Standardized Canonical Discriminat Function Coefficients</i> ...	85
Tabel 4.24 <i>Structure Matrix</i> .....	86
Tabel 4.25 Fungsi Diskriminan .....	87
Tabel 4.26 Fungsi Diskriminan Fisher .....	87
Tabel 4.27 Hasil Uji Ketepatan Model Diskriminan .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	96
Lampiran 2 Data Daftar Nama Responden .....	103
Lampiran 3 Jawaban Responden Variabel Harga .....	107
Lampiran 4 Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> .....	109
Lampiran 5 Jawaban Responden Variabel Variasi Produk .....	111
Lampiran 6 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan .....	113
Lampiran 7 Hasil Output SPSS .....	115
Lampiran 8 Tabel $r_{tabel}$ .....	133
Lampiran 9 Catatan Kegiatan Konsultasi .....	134
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup .....	135

