

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh iklan dan kualitas produk KFC Paket Super Besar terhadap kepuasan konsumen di KFC Cabang Buah Batu Bandung. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan KFC Paket Super Besar terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kualitas produk KFC Paket Super Besar terhadap kepuasan konsumen, pengaruh iklan dan kualitas produk KFC Paket Super Besar terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh iklan dan kualitas produk KFC Paket Super Besar secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen.

Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mempersuasi para pendengar, pemirsa, dan pembaca agar mereka memutuskan untuk melakukan tindakan tertentu (Liliweri, 2011:495). Kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk dan jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2010:229). Sedangkan kepuasan konsumen adalah fungsi dari performansi produk dan harapan konsumen (Kotler, 2009).

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa studi deskriptif dan kausal. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data untuk penelitian adalah wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang telah mengkonsumsi KFC Paket Super Besar. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, dan pengolahan data menggunakan *software SPSS* versi 20.0.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan variabel iklan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen KFC Paket Super Besar, hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($47,487 > 3,09$) dengan tingkat signifikasinya $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial didapat variabel iklan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen KFC Paket Super Besar. Variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen KFC Paket Super Besar. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa pengaruh variabel iklan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 49,4% dan sisanya sebesar 50,6% dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor kualitas pelayanan dan harga yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan penelitian ini, pelaksanaan iklan, dan kualitas produk KFC Paket Super Besar di KFC Cabang Buah Batu Bandung sudah masuk dalam kategori baik, namun ada beberapa aspek yang perlu dilakukan perbaikan seperti daya tarik iklan, tampilan penyajian produk, dan kesesuaian iklan dengan produk.

Kata Kunci : Iklan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research was conducted to determine the influence of advertising and product quality of KFC Paket Super Besar against customer satisfaction in the KFC Cabang Buah Batu of Bandung. He purpose of this research is to know advertisements influence KFC Paket Super Besar against ustomer satisfaction, influence product quality of KFC Paket Super Besar customer satisfaction, and the influence of advertising and product quality of KFC Paket Super Besar against KFC customer satisfaction.

Advertising is a form of communication which aims to mempersuasi the listeners, viewers and readers so they decided to do a specific action (Liliwari, 2011:495). Product quality is a characteristic of the products and services that provide the ability to fullfill the needs of customers (Kotler and Armstrong, 2010:229). While customer satisfaction is a function of the performance of the products and consumer expectations (Kotler, 2009).

The method used is the quantitative methods with this type of research is a study of the causal and deskriptif. The type of data required for research is the primary data and secondary data. While the techniques used in collecting data for research is the interviews, questionnaires, and the study of librarianship. Sampling done by the method of non-probability sampling type of purposive sampling, with the number of respondents as much as 100 respondents who consume KFC Paket Super Besar. Then, for descriptive analysis used data analysis, multiple linear regression analysis, and processing data using SPSS software version 20.0.

Based on the results of hypothesis testing simultaneously advertising and product quality variables influence positively and significantly to consumer satisfaction KFC Paket Super Besar, this is proven by $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($47,487 > 3,09$) and level significance $0.000 < 0.05$. based on the results of partial hypothesis test obtained variable ads have no effect positively and significantly to consumer satisfaction KFC Paket Super Besar. The variable quality of products in a positive and significant effect on consumer satisfaction KFC Paket Super Besar. Based on the coefficient of determination is obtained that the influence of advertising and product quality variables of consumer satisfaction by 49,4% and 50,6% of rest is affected by other factors such as quality of service and price factors were not examined in this study.

Conclusion of this research, the implementation of the ads, and product quality of Paket Super Besar in KFC Cabang Buah Batu of Bandung had Stones fall into the category of good, but there are some aspects of it would be better if done repairs such as display ads, the attraction of the presentation of the product, and advertising through its binary compatibility with the product.

Keywords: advertising, product quality, customer satisfaction