

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

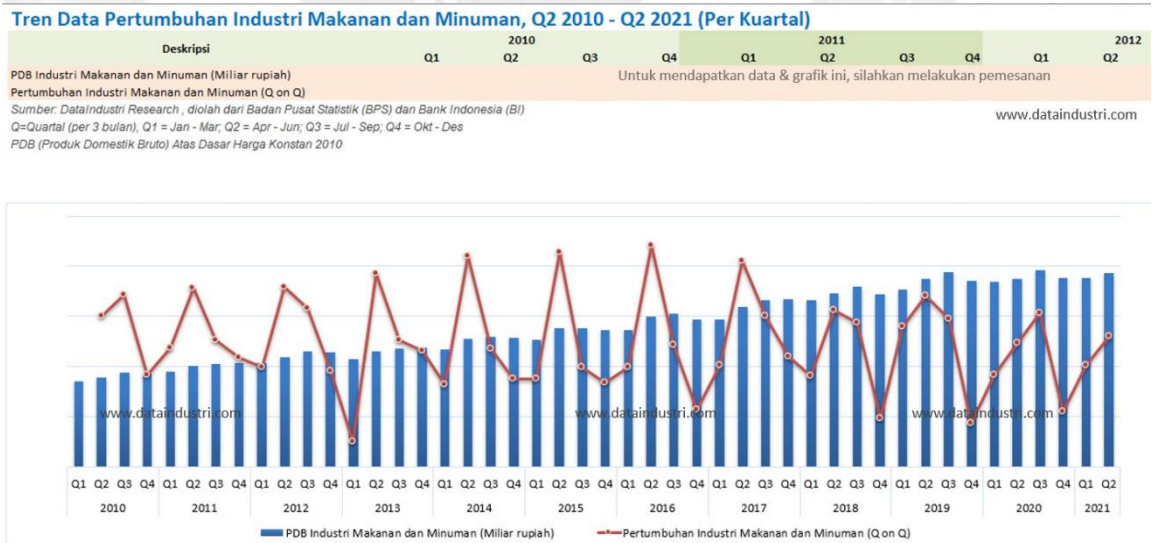
Pada era globalisasi ini, persaingan antar perusahaan semakin ketat. Perusahaan akan dituntut untuk menghasilkan sebuah produk yang berkualitas dan memberikan sebuah pelayanan yang baik. Hal itu untuk mencapai sebuah tujuan dari perusahaan dan perusahaan harus memerhatikan bagaimana cara menjaga kualitas dari barang tersebut dan perusahaan juga harus mampu bertindak secara prinsip ekonomi yaitu dengan cara menggunakan semua fasilitas produksi perusahaan dan memberikan pelayanan secara optimal. Industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan dari manufaktur dan ekonomi nasional. (Kemenpri.go.id diunduh pada 7 Maret 2022)

Banyaknya makanan siap saji di Indonesia berawal dari kebiasaan budaya orang Barat. Di era modern ini tak terbantahkan lagi jika makanan cepat saji telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Restoran makanan cepat saji banyak ragamnya dan setiap hari tidak pernah sepi dari konsumen. Restoran makanan cepat saji tumbuh pesat dan menjamur di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Adanya restoran makanan cepat saji ini lama-kelamaan mengubah pola kehidupan manusia dan juga mengubah pola makan masyarakat. Semula restoran makanan cepat saji hanya ditujukan bagi pekerja yang sibuk sehingga hanya memiliki sedikit waktu untuk istirahat makan. Namun, saat

ini konsumen makanan cepat saji tidak hanya diminati pekerja saja, tetapi sudah merambah ke seluruh lapisan masyarakat, baik tua, muda, remaja, anak sekolah maupun anak kecil. Hal ini terutama terjadi di kota-kota besar di berbagai negara, maupun sebagian besar wilayah Indonesia.

Makanan cepat saji adalah terutama ditujukan untuk anak muda yang menyediakan makanan cepat saji restoran dengan pendapatan terbesar (Kudonoo et al., 2012)

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang mendapat prioritas pengembangan, antara lain dipacu untuk menerapkan teknologi industri 4.0 transformasi digital ini dinilai membawa dampak positif terhadap peningkatan dari investasi perusahaan dan peningkatan produktifitas di sektor industri dan menciptakan sebuah tenaga kerja yang kompeten. (Kominfo.go.id diunduh pada 7 Maret 2022)



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2010 – 2021

Sumber:(data industri.com, 2021), diunduh pada tanggal 03 April 2022.

Sampai kuartal 3 2021, kinerja industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan (year on year) yang positif sebesar 2,97 persen. Meskipun masih menunjukkan kinerja yang positif dan lebih baik dari beberapa sektor industri lain yang mengalami kinerja negatif, namun pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2021 (sampai semester 3) masih lebih kecil dibandingkan pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2019 dan sebelum-sebelumnya. Pertumbuhan industri makanan dan minuman menjadi tren sehingga mengalami kenaikan dari tahun 2016 – 2019 dan mengalami penurunan pada tahun 2020-2021 di. Hal tersebut semakin memperjelas bahwa Industri makanan dan minuman memiliki banyak peminat dalam berbagai kalangan di Indonesia tetapi setelah terjadinya pandemic Covid-19 sehingga menjadi penurunan dari industry makanan dan minuman di Indonesia.

Tingkat restoran cepat saji di Indonesia mengalami kenaikan. Berdasarkan data yang bersumber dari *Bisnis.com*, Indonesia termasuk negara ke empat terbesar pengeksport kopi dunia, dengan tren pertumbuhan positif 15 persen. Menurut wakil ketua umum bidang restoran perhimpunan hotel dan restaurant Indonesia bahwa restoran siap saji mengalami 10 persen hingga 15 persen setiap tahunnya. Banyaknya makanan dan minuman siap saji dengan berbagai macam perusahaan restoran siap saji

yang ada di berbagai daerah Indonesia yaitu KFC, Mc Donald's, Starbucks, Pizza Hut, A&W, Wendy's, Burger King, Yosinoya, Domino's Pizza, Hokben dan CFC.

Setiap Restoran memiliki cita rasa makanan dengan bahan baku berkualitas dan bumbu dengan menikmati rasa makanan dan minuman yang berbeda-beda. Dengan memandang tingkat naiknya restoran siap saji pertahun maka, antusias masyarakat terhadap produk makanan dan siap saji menjadi suatu hal yang baik bagi pangsa pasar restoran sehingga memiliki prospek yang baik sehingga para pebisnis yang terjun dalam industri restoran saat ini mereka mengembangkan restoran siap saji dengan berbagai konsep menarik gerai restoran agar dapat menarik konsumen sehingga mampu bersaing dengan restoran siap saji lainnya ((Bisnis.com, 2019), diunduh pada tanggal 03 April 2022).

Mengikuti perkembangan masyarakat terkait dengan restoran siap saji yang memiliki cita rasa yang khas pada makanan, minuman, dan banyak restoran siap saji yang ada di Indonesia salah satunya KFC. KFC merupakan salah satu restoran siap saji yang berkembang di kalangan dunia dan di Indonesia

Sebagai pemegang hak waralaba tunggal untuk merek KFC di Indonesia, PT Fast Food Indonesia Tbk didirikan oleh Keluarga Gelael pada 1978. Pada 1979, Perseroan mendapatkan akuisisi waralaba dengan pembukaan gerai pertama pada bulan Oktober di Jalan Melawai di Jakarta. Pembukaan gerai pertama terbukti sukses dan diikuti dengan pembukaan gerai-gerai selanjutnya di Jakarta dan ekspansi hingga ke sejumlah kota besar lainnya di Indonesia antara lain Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, dan Manado. Sukses membangun merek ini, menanamkan KFC dalam

benak konsumennya sebagai merek waralaba cepat saji yang terkenal dan dominan di Indonesia ((Industri.kontan.co.id, 2021), di unduh tanggal 03 April 2022)

Pengalaman sukses dan peningkatan pertumbuhan yang berkelanjutan selama lebih dari 30 tahun, tidak diragukan lagi telah menjadikan merek KFC sebagai pemimpin pasar restoran cepat saji di negara ini. Ekspansi jaringan restoran terus diupayakan supaya bisa hadir dekat dengan konsumen, baik di kota-kota metropolitan yang sarat persaingan maupun di kotakota di daerah tingkat II. Sejak empat tahun terakhir, Perseroan lebih berfokus pada pembukaan gerai bertipe free-standing (gerai yang berada di bangunan yang berdiri sendiri) yang memberikan fleksibilitas yang lebih dalam jam operasi dengan fasilitas lengkap untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen. Sejumlah gerai yang sudah dibuka sebelumnya direnovasi untuk memberikan tampilan baru yang lebih segar dan modern sesuai dengan obyektif Perseroan. Pada akhir 2011, Perseroan mengoperasikan total 421 gerai, yang tersebar di 32 dari 33 propinsi, di lebih dari 95 kota-kota di seluruh Indonesia, dan mempekerjakan sekitar 16.365 karyawan dengan hasil penjualan lebih dari Rp3,317 triliun. Pada minggu pertama bulan Oktober di tahun ini, untuk pertama kali sejak Perseroan terdaftar sebagai perusahaan publik, Obligasi diterbitkan tanpa warkat berjangka waktu lima tahun dengan bunga Obligasi sebesar 9,5% per tahun yang dibayarkan setiap tiga bulan, yang pada dasarnya akan digunakan untuk membiayai pendirian gerai-gerai baru, renovasi atas gerai-gerai Perseroan yang sudah ada, perluasan gudang-gudang produksi Perseroan yang sudah ada, serta pembangunan gudang-gudang baru ((kfcku.com, n.d.), di unduh pada tanggal 03 April 2021)

Di balik kesuksesan KFC, ada kisah inspiratif sang pendirinya, Kolonel Sanders. Dikutip dari Biography, Kolonel Sanders lahir di Henryville, Indiana, 9 September 1890. Ia memiliki nama asli Harland David Sanders. Pada tahun 1939, Kolonel Sanders menemukan resep ayam goreng yang lezat. Ayam bisa lezat menggunakan "11 bumbu rahasia" dan menggorengnya di panci presto. Kelezatan menu milik Sanders membuat gubernur Kentucky saat itu memberikan gelar Kolonel. Gelar ini merupakan gelar tertinggi yang diberikan oleh pemerintah. ((internasional.kontan.co.id, n.d.), yang di unduh pada tanggal 03 April 2022)

Table 1. 1 TOP Brand Index 2022

Brand	TBI
KFC	31,7%
Mc Donald's	28,2%
Hoka-Hoka	12,1%
Bento	
Burger King	9,7%

Sumber:((topbrand-award.com, 2022), diunduh pada tanggal 03 April 2022).

Berdasarkan pada tabel 1.1, KFC memiliki keunggulan dengan menempati peringkat pertama sebagai *Top Brand Indeks* dengan nilai rata-rata 31,7%, yang kedua ada Mc Donald's dengan perolehan hasil 28,2%, dan ada kedai Hoka-Hoka Bento dan Burger King sebagai peringkat ke 3 dan 4 dengan hasil 12,1% dan 9,1%. Dimana hasil pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa KFC memiliki keunggulan yang cukup tinggi sehingga dapat menempati posisi teratas sebagai *brand* yang paling unggul dalam

persaingannya di tengah persaingan pasar yang tergolong luas, Tak lengkap bila ke KFC tanpa memesan ayam sebagai salah satu menu. Menu ayam yang paling populer di sana adalah menu super besar. Paket menu yang telah termasuk dengan nasi dan minum ini sering kali menjadi pilihan banyak orang yang makan di KFC. Harganya pun relatif terjangkau, yaitu Rp24 ribuan yang banyak diminati masyarakat. ((idntimes.com, 2020), diunduh pada tanggal 03 April 2022).

Table 1. 2 Restoran Siap Saji di Indonesia

No.	Nama Kopi	Kedai	Tahun Buka	Cabang
1.	KFC		Tahun 1930, didirikan oleh Kolonel Harland David Sanders. ((kompas.com, 2021), diunduh 03 April 2022)	Akhir Tahun 2019 KFC memiliki 22.621 gerai 150 negara duni termasuk Indonesia. ((kompas.com, 2021), diunduh 03 April 2022
2.	Mc Donald's		Tahun 1948, didirikan oleh Richard dan Maurice. ((ilmupedia.co.id, 2020) diunduh 14 maret 2022)	Saat ini membuka 36000 gerai di 100 negara dunia . ((ilmupedia.co.id, 2020)diunduh 14 maret 2022)
3.	Hoka-Hoka Bento		Tahun 1985, didirikan oleh Hendra Arifin. ((travel.kompas.com, 2019), diunduh 04 April 2022)	Sudah memiliki 153 gerai di berbagai kota besar di Indonesia. ((travel.kompas.com, 2019), 04 April 2022)

4. Burger King Tahun 1954, didirikan oleh Saat ini memiliki gerai James W. kurang dari 14000 ((Industri.kontan.co.id, gerai di hampir 100 2020), diunduh 04 April negara termasuk di 2022) Indonesia. ((Industri.kontan.co.id, 2020), diunduh 04 April 2022)

Melalui tabel 1.2 dapat dilihat perkembangan persaingan Restoran siap saji di Indonesia termasuk KFC yang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tabel 1.1 menjelaskan bahwa setiap tahunnya KFC memiliki peningkatan yang cukup besar, hingga saat ini KFC mencapai 31,7%. Dalam perkembangan awal pembukaan KFC sempat naik dan melewati Mc Donald's, saat ini KFC adalah Restoran siap saji yang paling unggul dan berhasil menaklukkan customer dari KFC. Ekstistensi KFC yang unggul dalam persaingan tergolong pada pasar yang luas dimana setiap brand memiliki produk andalan yaitu olahan ayam kripsi yang dinikmati masyarakat sebagai gaya hidup bagi mereka. Pada tabel 1.2 terlihat bahwa KFC sudah memiliki 22.621 gerai pada akhir tahun 2019 di 150 negara terbesar yang berbeda termasuk di Indonesia termasuk di Manado. ((kompas.com, 2021), diunduh 03 April 2022)



Gambar 1. 2 Logo KFC

Sumber : (kfcku.com, n.d.)diunduh pada tanggal 03 April 2022

Dalam mengikuti perkembangan masyarakat salah satu Restoran siap saji yang sedang naik daun yaitu KFC. KFC memiliki 10 gerai di Manado. Semakin memperkuat citra merek KFC dengan strategi-strategi dan ide-ide yang inovatif, terus meningkatkan suasana bersantap yang tiada bandingannya dan konsisten memberikan produk, layanan, serta fasilitas restoran yang selalu berkualitas mengikuti kebutuhan dan selera konsumen yang terus berubah misi dari KFC. Visi dari KFC selalu menjadi merek restoran cepat saji Nomor 1 di Indonesia dan mempertahankan kepemimpinan pasar dengan menjadi restoran yang termodern dan terfavorit dalam segi produk, harga, pelayanan, dan fasilitas ((kfcku.com, n.d.)diunduh pada tanggal 03 April 2022).

KFC memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumennya. Setiap tahunnya KFC memiliki perkembangan yang sangat pesat di setiap penjualannya. KFC meraih gelar Brand of The Year, penghargaan ini sesuai dengan misi dari KFC Semakin memperkuat citra merek KFC dengan strategi-strategi dan ide-ide yang inovatif, terus meningkatkan suasana bersantap yang tiada bandingannya dan

konsisten memberikan produk, layanan, serta fasilitas restoran yang selalu berkualitas mengikuti kebutuhan dan selera konsumen yang terus berubah. Oleh karena itu sangat penting untuk KFC terus mempertahankan *Loyalty* agar tetap bertahan dalam persaingan yang ada. (Bisnis.com, 2019), diunduh pada tanggal 03 April 2022).



Gambar 1. 3 Product di Kawasan Megamas Manado

Sumber: Dokumentasi Pribadi 04 April 2022

Product perceived quality kesan kualitas merupakan penilaian pelanggan tentang keseluruhan keunggulan dan superioritas produk atau jasa yang berbeda dari kualitas objektif yang sesungguhnya (Listiana, 2012). Terlihat pada gambar 1.3 bahwa, KFC memberikan kesan kualitas dalam penyedia layanan kepada pelanggan berupa penampilan fisik, peralatan kualitas produk, interior serta penampilan karyawan. Dari 10 gerai yang ada di Manado, KFC yang berada di Kawasan Megamas Manado memiliki bangunan yang strategis dan berbeda, konsep yang dibuat yaitu dengan *view* menghadap pantai Manado dan pulau

Manado tua. Dengan design bangunan yang strategis KFC di Kawasan Megamas Manado menjadi salah satu tempat titik kumpul maupun titik akhir saat orang-orang melakukan olahraga pagi maupun sore bukan hanya *view* pemandangannya saja, penampilan para karyawan yang ada memiliki keseragaman disemua gerai yang ada.((tripadvisor.co.id, 2017), di unduh pada tanggal 04 April 2021).



Gambar 1. 4 Suasana Pelayanan KFC Megamas Manado

Sumber: Dokumentasi Pribadi 04 April 2022

Service pelayanan informasi diawal akan memahami kebutuhan konsumen dan membantu memilih pesanan yang sesuai agar dapat memberikan jaminan harga lebih terjangkau (FIAZISYAH & PURWIDIANI, 2018). KFC memberikan layanan informasi yang bisa dilihat dengan baik dan jelas selama menunggu antrian, KFC juga melakukan hal Pelayanan yang sangat ramah bagi customer , pelayanan KFC Megamas juga menyediakan pelayanan secara delivery atau dine-in .



Gambar 1. 5 Lingkungan KFC Megamas di Manado

Sumber: Dokumentasi Pribadi 04 April 2022

Environment adalah Lingkungan saat ini ditandai dengan peningkatan intensitas persaingan dan perubahan yang cepat terhadap pasar dan harapan pelanggan, bahkan lebih cepat dari kali sebelumnya (Nashiruddin, 2019).

KFC Megamas memberikan kemampuan dari tata design bangunan yang strtegis sehingga memberikan kenyamanan pada konsumen. Lingkungan KFC Megamas bersebelahan dengan Restoran siap saji yang lain tetapi KFC megamas bisa meningkatkan persaingan dari segi lingkungan yang bersih nyaman dan dipercaya oleh konsumen.



Gambar 1. 6 Menu KFC Megamas di Manado

Sumber: Dokumentasi Pribadi 04 April 2022

Assortment terdiri dari Variasi adalah jumlah dari lini produk yang berbeda-beda yang disediakan oleh retailer dalam toko, lebar Produk mengacu pada jumlah merek dagangan yang ditemukan dalam produk yang ditawarkan, dan kedalaman Produk mengacu pada jumlah rata-rata dari unit simpanan persediaan (stock keeping units) dalam tiap merek dari lini barang dagangan (ukuran dan tipe) (Putri Julianti Girsang & Widodo, 2014).

KFC memberikan Produk yang bervariasi berbeda-beda yang dimana kadangkala KFC megamas Manado masih menyediakan menu tetapi di gerai KFC manado yang lain sudah mengalami kehabisan menu tersebut. KFC mega mas juga harus membuat stock bahan-bahan yang banyak karena gerai KFC megamas Manado merupakan gerai KFC di manado yang sangat ramai dikunjungi oleh cutomer, sehingga KFC Megamas manado harus mempersiapkan stock bahan makanan dan minuman .



Gambar 1. 7 Konsumen KFC Megamas di Manado

Sumber: Dokumentasi Pribadi 04 April 2022

Dilihat pada gambar 1.7 yang menunjukkan bahwa konsumen merasa nyaman akan tempat dan menikmati makanan dan minuman yang mereka beli dengan rasa khas pada KFC tersebut dapat membuat konsumen menciptakan gaya hidup melalui pengalaman selama mereka berada di KFC megamas Manado. *Satisfaction* didefinisikan sebagai suatu ikap yang diputuskan oleh pengalaman yang didapat, dimana memiliki unsur penilaian mengenai ciri dari produk dan jasa atau bahkan pada produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kepuasan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Konsumen yang mengalami kepuasan setelah melakukan pembelian mempunyai kemungkinan tidak akan merubah pilihannya dengan tidak mencari alternatif merek lain pada pembelian berikutnya (Ardhanari, 2018)



Gambar 1. 8 Keterlibatan Pelanggan KFC di Manado

Sumber: Dokumentasi Pribadi 04 April 2022

Loyalitas pelanggan menunjukkan pada kesetiaan pelanggan pada objek tertentu, seperti merek, produk, jasa, atau toko (Rizan et al., 2012). Loyalitas merupakan komitmen yang dipegang untuk membeli atau merepatronisasi yang disukai layanan produk secara konsisten pada masa depan, menurut dampak pada pemasaran upaya menciptakan potensi. KFC kembali melakukan inovasi dengan meluncurkan menu paket baru dan memberikan sebuah Cd player dari penyanyi local Indonesiadeserta program loyalitas pelanggan. KFC harus mendapatkan loyalitas para konsumen agar mendapatkan pemenuhan konsumen oleh produsen mulai dari kualitas produk, pelayanan serta suasana lingkungan , memilih variasi produk dalam KFC agar konsumen akan semakin loyal terhadap niat pembelian kembali.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin meneliti apa yang mempengaruhi *Loyalty* oleh KFC di Manado, sehingga di tengah persaingan restaurant siap sji yang ada bahkan adapun munculnya restaurant siap saji baru membuat brand tersebut tetap menunjukkan perkembangan yang signifikan dan berusaha memberikan yang terbaik ditengah maraknya persaingan restaurant siap saji di Indonesia. Maka dari itu, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Product Percevid Quality, Service, Environment*, dan *Assortment* melalui *Satisfication* terhadap *Loyalty* KFC di Manado ”

1.2 Batasan Masalah

Dalam setiap penelitian membutuhkan batasan yang jelas untuk masalah yang akan dibahas agar pembahasan masalah tidak melebar terlalu luas. Adapun penelitian ini dibatasi pada beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel – variabel yang akan digunakan dan dibahas dalam penelitian ini merupakan *Product Percevid Quality, Service, Environment, Assortment, Satisfaction* dan *Loyalty* terhadap KFC di Manado.
2. Pengujian terhadap model yang diteliti akan menggunakan data yang didapat dari hasil pembagian kuisisioner objek yang diteliti.
3. Adapun karakteristik responden yang diteliti merupakan pria dan wanita dengan batasan umur 18-60 Tahun yang pernah membeli atau mengunjungi KFC minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir.
4. Perhitungan dan analisis hasil kuisisioner menggunakan *softwer* AMOS.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun masalah dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang diatas maka yang dapat menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Product Perceveid Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan KFC di Manado ?
2. Apakah *Service* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan KFC di Manado ?
3. Apakah *Environment* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan KFC di Manado ?
4. Apakah *Assortment* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan KFC di Manado ?
5. Apakah *Product Perceveid Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty* pada pelanggan KFC di Manado ?
6. Apakah *Service* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty* pada pelanggan KFC di Manado ?
7. Apakah *Environment* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty* pada pelanggan KFC di manado ?
8. Apakah *Assortment* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty* pada pelanggan KFC di manado ?

9. Apakah *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty* pada pelanggan KFC di Manado ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Product Perceveid Quality* terhadap *Satisfaction* pada KFC di Manado.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Service* terhadap *Satisfaction* pada KFC di Manado.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Environment* terhadap *Satisfaction* pada KFC di Manado.
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Assortmente* terhadap *Satisfaction* pada KFC di Manado.
5. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Product Perceveid Quality* terhadap *Loyalty* terhadap KFC di Manado.
6. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Service* terhadap *Loyalty* pada KFC di Manado.
7. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Environment* terhadap *Loyalty* pada KFC di Manado.
8. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Assortment* terhadap *Loyalty* pada KFC di Manado.

9. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *Satisfaction* terhadap *Loyalty* pada KFC di Manado.

1.1 Manfaat Penelitian

Dalam hasil penelitian yang diuraikan diatas, adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak – pihak bersangkutan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.1.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan dapat memberikan kontribusi mengenai faktor yang mempengaruhi faktor *Product Perceived Quality, Service, Environment, Assortment, Satisfication* dan *loyalty*. Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.1.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk memperluas wawasan pengetahuan penulisan dan menerapkan teori yang didapatkan oleh penulis selama perkuliahan terutama yang berkaitan dengan *Product Perceived Quality, Service, Environment, Assortment, Satisfication* dan *loyalty*.

2. Bagi KFC

Penelitian ini bermanfaat agar tetap memperhatikan *loyalty* dari konsumen ditinjau dari variabel dengan faktor *Product Perceived Quality, Service, Environment, Assortment, Satisfaction* dan *loyalty*. Sehingga KFC bisa terus mempertahankan bahkan lebih meningkatkan *loyalty* dari konsumen.

1.2 Sistematika Penulisan

Sistematika ini dibuat dengan tujuan untuk mempermudah dan memberikan gambaran yang lebih jelas kepada pembaca dalam memahami pembahasan mengenai penelitian ini. maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan pendahuluan yang menjelaskan secara singkat tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan,

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Dalam bab ini berisikan landasan teori tentang *Product Perceived Quality, Service, Environment, Assortment, Satisfaction* dan *loyalty*. dan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang dimana memuat jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variabel serta metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu KFC di Manado : analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini berisikan kesimpulan hasil dari penelitian dan saran yang berguna untuk penelitian ini dan penelitian selanjutnya.

