

ANALISIS *CUSTOMER DELIGHT* DAN LOKASI USAHA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *KENTUCKY FRIED CHICKEN* (KFC) CABANG RINGROAD MEDAN

Maulidini, Nur Subiantoro, Rizky Saputra
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Kirana
maulidini@graha-kirana.com

Abstract

This study aims to determine the effect of Customer Delight and business location on customer loyalty at KFC Ringroad Medan Branch. This research method is in the form of an explanation, namely the research method aims to be able to explain the position of each of the variables studied and the influence between one variable and another. The object of this research is the consumers of the Medan Ringroad Branch. The data collected in this study came from questionnaires, direct observations, and documentation studies. Data is processed using SPSS 20.0 for windows. The data analysis method used in this study is multiple regression analysis using descriptive methods and quantitative methods to measure the effect of Customer Delight, and location on customer loyalty at KFC Ringroad Medan Branch. Based on the simultaneous test on the variables consisting of Customer Delight and location together have a positive and significant effect on the dependent variable (customer loyalty). By using the correlation coefficient test (R^2) it is found that the level of correlation or relationship between justice, esteem, finish touch and location on customer loyalty at KFC Ringroad Medan Branch is a fairly high relationship.

Keywords: *Customer Pleasure, Location, Customer Loyalty*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk bisa mengetahui pengaruh *Customer Delight* dan lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Cabang Ringroad Medan. Metode penelitian ini berbentuk eksplanasi, yaitu metode penelitian bertujuan untuk dapat menjelaskan kedudukan masing-masing variabel- yang diteliti serta pengaruhnya antara variabel satu dengan variabel lainnya. Obyek penelitian ini adalah konsumen cabang Ringroad Medan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari kuisisioner, hasil pengamatan langsung, dan studi dokumentasi. Data diproses dengan menggunakan SPSS 20.0 for windows. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis regresi berganda dengan menggunakan metode deskriptif dan metode kuantitatif guna untuk mengukur pengaruh *Customer Delight*, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Cabang Ringroad Medan. Berdasarkan uji simultan pada variabel yang terdiri *Customer Delight*, dan lokasi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel

Analisis Customer Delight Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ringroad Medan

Maulidini, Nur Subianto, Rizky Saputra

Vol. 01 No. 01 Juni 2022

terikat (loyalitas pelanggan). Dengan menggunakan pengujian koefisien korelasi (R^2) diperoleh bahwa tingkat korelasi atau hubungan antara *justice*, *esteem*, *finish touch* dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Cabang Ringroad Medan merupakan hubungan yang cukup tinggi.

Kata kunci : Kesenangan Pelanggan, Lokasi, Loyalitas Pelanggan

I. Pendahuluan

Kesenangan pelanggan (*customer delight*) merupakan faktor yang penting dalam menimbulkan loyalitas pada konsumen yang sudah menjadi pelanggan maupun yang akan menjadi proses menjadi pelanggan. Saat pelanggan merasa senang maka akan mudah terekan dan itu merupakan kesan yang baik bagi pelanggan untuk bisa kembali membeli produk

Kesenangan pelanggan (*customer delight*) merupakan kondisi pelanggan saat mereka merasakan senang. Menurut Raharso (2015), kesenangan pelanggan (*customer delight*) bisa peroleh bila perusahaan dapat bersikap adil (*justice*), dapat menghargai (*esteem*), dan mampu memberikan sentuhan akhir (*finishing touch*). *Justice* adalah sebuah keadilan/ kejujuran yang diberikan kepada konsumen agar konsumen dapat merasakan kepuasan saat melakukan transaksi pembelian. Bentuk sikap *justice* yang seharusnya diterima pelanggan adalah saat pelanggan mendapatkan hak uang kembalian, dan mendapatkan pelayanan sesuai dengan urutan antri yang ada. *Esteem* adalah perlakuan khusus yang seharusnya diterima oleh pelanggan saat mereka melakukan transaksi dalam membeli produk. Konsep menghargai dalam hal ini misalnya memberikan ruang kepada pelanggan untuk memilih produknya sesuai dengan keinginannya, tanpa ada pemaksaan, keramahan yang diberikan karyawan kepada para pelanggan sehingga saat bertransaksi setiap individu pelanggan akan merasa puas dan akhirnya akan Kembali membeli produk yang sama pada lain kesempatan

Variabel lokasi adalah sebuah tempat yang untuk konsumen melakukan aktivitas pembelian produk pada tempat yang diinginkan. Konsumen memilih lokasi berdasarkan keputusan mudah dijangkau dan mudah untuk diakses, sehingga dengan pemilihan lokasi yang tepat akan memudahkan pembeli untuk datang dan bagi pemilik usaha akan bisa bertahan dalam menjual produknya dan akan mendatangkan keuntungan yang besar dalam jangka panjang dan medan tetap menjadi pemilihan lokasi.

Analisis Customer Delight Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ringroad Medan

Maulidini, Nur Subianto, Rizky Saputra

Vol. 01 No. 01 Juni 2022

Bisnis yang saat ini dapat bertahan dan terus berkembang di Indonesia salah satunya berbentuk waralaba atau lebih dikenal dengan istilah franchisee contohnya seperti *Kentucky Fried Chicken, Wendy's, McDonald, Pizza Hut, Dunkin's Donut*. *Kentucky Fried Chicken* (KFC) adalah salah satu usaha yang berbentuk Franchisee dari luar negeri, dan Indonesia untuk kepemilikannya dikuasai oleh PT. *Fastfood* Indonesia, Tbk.

Bisnis KFC untuk skala Indonesia saat ini terus berkembang dan menjadi pemimpin global bisnis dalam kategori makanan cepat saji dengan menu andalan daging ayam goreng. Merek KFC untuk masyarakat Indonesia sudah dianggap menjadi bisnis makanan yang cepat saji dengan metode pelayanannya cukup inovatif praktis sehingga oleh konsumen menjadi pilihan dalam memenuhi kebutuhannya akan makanan yang cepat saji saat ini dapat dijelaskan bahwa KFC juga merupakan salah satu perusahaan dengan model penjualan *fastfood* yang sangat memperhatikan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari produk-produk yang baru dan bentuk pelayanan yang terus diperbaiki untuk menarik perhatian konsumen untuk terus membeli produk KFC dan menjadi pelanggan yang loyal.

Menurut lembaga Survei *Brand Image Tracking Study* (BITS) KFC merupakan salah satu perusahaan dengan sistem manajemen yang profesional dan mampu bersaing secara kompetitif dalam pasar global. Survei ini mengungkapkan bahwa KFC secara konsisten selalu menjaga kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumennya sehingga KFC pada tahun 2022 mendapatkan posisi terbaik dan paling menonjol dalam ingatan para konsumen untuk "*Top of Mind Awareness*" dibandingkan dengan merek utama lainnya (www.kfcindonesia.com, 5 Juni 2020).

Letak restaurant yang berada di Jl. Ringroad Setia Budi Medan sangat membantu dalam penjualan produk KFC, karena disekitar KFC tersebut terdapat jalan raya Besar yang memudahkan pengunjung untuk datang kelokasi, disamping itu disekitar KFC terdapat beberapa perumahan penduduk dan rumah sakit besar, sehingga restaurant tersebut bisa buka 24 Jam dan hampir selalu dipenuhi oleh pengunjung yang akan membeli produk KFC tersebut.

Konsumen yang datang hampir semua mengatakan puas untuk membeli pada Restaurant tersebut, kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan

Analisis Customer Delight Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ringroad Medan

Maulidini, Nur Subianto, Rizky Saputra

Vol. 01 No. 01 Juni 2022

sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakan setelah pemakaian (Rangkuti, 2012). Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh lokasi, cara pelayanan yang baik, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi lainnya serta faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu : bukti fisik (*tangibels*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assuarance*), empati (*assuarance*).

Top of Mind Brand Awareness Restoran Fast Food

No.	Nama Restoran Fast Food	%
1.	KFC	38,7
2.	A&W	14,7
3.	McD	10,0
4.	CFC	5,7
5.	Pizza Hut	4,3
5.	Texas Chicken	2,6
6.	Popeye	1,3
7.	Lainnya	22,7

Sumber : www.surveyyone.co.id

Selain dari segi lokasi yang strategis, KFC juga sangat memperhatikan adanya customer delight, dimana konsumen dimanjakan dengan adanya konsep keadilan, konsep menghargai dan dapat memberikan sentuhan akhir pada konsumen yang datang, dalam konsep customer delight KFC juga melakukan renovasi dan pembaharuan terhadap gerai-gerai yang ada sehingga memberikan kesan mewah dan nyaman sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen

Untuk mendapatkan kepuasan konsumen pelaku bisnis harus memulai dari Kualitas layanan. Konsumen akan merasa puas dan loyal apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Menurut Boone dan Kurtz (2015:439) bahwa "*Service Quality is the primary determinant of consumer satisfaction or dissatisfaction*" kualitas layanan ini menentukan kepuasan atau Ketidakpuasan konsumen.

KFC Cabang Cabang Ringroad Medan harus dapat mengamati dengan baik hal tersebut diatas dan segera dapat mengatasi apabila itu

Analisis Customer Delight Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ringroad Medan

Maulidini, Nur Subianto, Rizky Saputra

Vol. 01 No. 01 Juni 2022

diperlukan. meskipun masalah ini terlihat sederhana, namun menurut Cronin dan Taylor (2012:55) menyebutkan tentang kualitas layanan sebagai berikut. "Kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen". Kualitas layanan yang baik serta serta kepuasan konsumen tersebut dapat mempengaruhi intensitas kunjungan konsumen pada kesempatan berikutnya pada badan usaha tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:583) bahwa "kualitas layanan dan kualitas produk dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, selain itu juga selain itu juga mempengaruhi keuntungan secara kontinyu. Semakin tinggi bentuk perlakuan customer delight pada badan usaha maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang didapat oleh konsumen. Dengan terpenuhinya kepuasan konsumen maka akan tumbuh rasa loyalitas konsumen yang tinggi pada KFC Cabang Ringroad Medan.

II. Metode

Berdasarkan data dan penjelasan diatas maka bentuk penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Adapun variabel yang dibandingkan dalam penelitian ini adalah bagian dari indikator customer delight yaitu variabel *justice* (X_1) adalah kejujuran/ keterbukaan KFC dalam bertransaksi dengan pelanggan, yaitu dengan memberikan apa yang menjadi hak pelanggan, sehingga pelanggan merasa diperlakukan dengan perlakuan yang sama, variabel *esteem* (X_2) adalah perlakuan khusus yang diberikan KFC kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa dihargai atau diperdulikan, variabel *finishing touch* (X_3) adalah merupakan *service recovery* atau pemulihan jasa, yang diberikan KFC kepada pelanggannya pada akhir transaksi, variabel lokasi (X_4) adalah nilai dari posisi suatu bisnis yang didasarkan pada karakteristik lokasi yang lapang, mempunyai fasilitas lengkap dan uang paling penting adalah dapat dijangkau dari segala arah dengan mudah. KFC sebagai suatu restoran cepat saji, dengan variabel loyalitas konsumen (Y) adalah sebagai kelayakan pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian Kembali produk secara berulang

Analisis Customer Delight Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ringroad Medan

Maulidini, Nur Subianto, Rizky Saputra

Vol. 01 No. 01 Juni 2022

III. Diskusi dan Hasil

Analisis deskriptif dalam penelitian ini untuk merumuskan dan menginterpretasikan hasil penelitian berupa identitas responden dan distribusi jawaban terhadap masing-masing variabel.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	43	43,00%
Laki-laki	57	57,00%
T O T A L	100	100,00%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (data diolah)

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Jumlah	Presentase
0 – 20 Tahun	42	42,00%
21 – 30 Tahun	29	29,00%
> 31 Tahun	29	29,00%
T O T A L	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (data diolah)

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
Mahasiswa/Pelajar	37	37,00%
Wiraswasta	26	26,00%
Pegawai Negeri	19	19,00%
Lain-Lain	18	18,00%
T O T A L	100	100,00%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (data diolah)

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) terhadap variabel terikat (Y) pada pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Cabang RingRoad Medan.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1,596	1,591		3,003	,019	Toleranc e VIF

Analisis Customer Delight Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ringroad Medan

Maulidini, Nur Subianto, Rizky Saputra

Vol. 01 No. 01 Juni 2022

JUSTICE	,521	,077	,122	2,580	,038	,986	1,014
ESTEEM	,603	,089	,662	4,640	,000	,430	2,327
LOKASI	,431	,084	,173	3,562	,002	,484	2,067
FINISH	,515	,146	,153	2,467	,046	,542	1,846

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan hasil pengolahan regresi berganda yang ditunjukkan dalam Tabel IV.14, maka diperoleh hasil regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,596 + 0,521 X_1 + 0,603 X_2 + 0,431 X_3 + 0,515 X_4 + e$$

Uji Secara Serempak/Simultan

Uji serempak (uji F) dibuat untuk menguji apakah nilai pelanggan yang terdiri dari variabel *justice* (X_1), *esteem* (X_2), *finishing touch* (X_3), lokasi (X_4), secara bersama-sama atau serentak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Uji Secara Serempak/Simultan (ANOVA^b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180,013	4	45,003	20,994	,000a
	Residual	182,210	85	2,144		
	Total	362,222	89			

a. Predictors: (Constant), FINISH, JUSTICE, LOKASI, ESTEEM

b. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (data diolah)

$$F_{hitung} = \frac{\text{mean square regression}}{\text{mean square residual}} = \frac{45,003}{2,144} = 20,994$$

1. Kriteria pengambilan keputusan

Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

2. Dari tabel ANOVA diperoleh F_{hitung} sebesar 20,994

Analisis Customer Delight Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ringroad Medan

Maulidini, Nur Subianto, Rizky Saputra

Vol. 01 No. 01 Juni 2022

ANOVA^b

F_{hitung}	F_{tabel}
20,994	2,46

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.16, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ dengan demikian maka H_a diterima. Hal ini, menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada KFC Cabang Ringroad Medan.

Uji t (Parsial)

Uji Parsial (t) dilakukan untuk menguji secara sendiri-sendiri (parsial) apakah variabel yang terdiri dari variabel *justice* (X_1), *esteem* (X_2), *finishing touch* (X_3), lokasi (X_4), secara sendiri-sendiri berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di restaurant KFC cabang Ringroad Medan

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	1,596	1,591		3,003	,019		
	JUSTICE	,521	,077	,122	2,580	,038	,986	1,014
	ESTEEM	,603	,089	,662	4,640	,000	,430	2,327
	LOKASI	,431	,084	,173	3,562	,002	,484	2,067
	FINISH	,515	,146	,153	2,467	,046	,542	1,846

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (data diolah)

Dari penjelasan diatas dapat dijelaskan data sebagai berikut

1. Variabel *justice* menunjukkan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Cabang Ringroad Medan. Hal ini terlihat dari nilai signifikan 0,038 di bawah (lebih kecil) dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} 2,580 < t_{tabel} 1,984$.
2. Variabel *esteem* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Cabang Ringroad Medan. Hal ini terlihat dari nilai signifikan 0,000 di bawah (lebih kecil) dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} 4,640 < t_{tabel} 1,984$.

Analisis Customer Delight Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ringroad Medan

Maulidini, Nur Subianto, Rizky Saputra

Vol. 01 No. 01 Juni 2022

3. Variabel *finishing touch* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Cabang Ringroad Medan. Hal ini terlihat dari nilai signifikan 0,002 di bawah (lebih kecil) dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} 2,580 < t_{tabel} 3,562$.
4. Variabel *justice* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Cabang Ringroad Medan. Hal ini terlihat dari nilai signifikan 0,046 di bawah (lebih kecil) dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} 2,467 < t_{tabel} 1,984$.

Pengujian Determinan

Pengujian dengan metode determinasi (R_2) dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel-variabel bebas dalam model analisis regresi berganda terhadap variabel terikat. Bila R_2 angkanya semakin besar (mendekati angka satu), maka bisa dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) berupa kejujuran (*justice*), perlakuan khusus (*esteem*), pemulihan jasa (*finishing touch*), dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan (Y) semakin besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan semakin kuat untuk dapat menjelaskan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

Sebaliknya, jika R_2 semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) berupa kejujuran (*justice*), perlakuan khusus (*esteem*), pemulihan jasa (*finishing touch*), dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan KFC Cabang Ringroad Medan sebagai variabel terikat (Y) menunjukkan angka semakin kecil terhadap variabel terikat (Y). maka hal ini menunjukkan bila model yang digunakan tidak kuat untuk menjelaskan bahwa pengaruh variabel bebas yang diteliti mempunyai pengaruh yang kecil terhadap variabel terikat.

Hasil pengujian dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS Versi 20.0 seperti terlihat pada tabel berikut :

Pengujian Determinan Model summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,805a	,787	,753	1,46412

a. Predictors: (Constant), Justice, esteem, finishing, lokasi

b. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (data diolah)

Analisis Customer Delight Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ringroad Medan

Maulidini, Nur Subianto, Rizky Saputra

Vol. 01 No. 01 Juni 2022

Variabel Kejujuran (*justice*) yang dijalankan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Cabang Ringroad Medan. *Justice* adalah keterbukaan dan rasa mau terbuka perusahaan dalam bertransaksi dengan konsumen, yaitu dengan memberikan apa yang menjadi hak konsumen, sehingga konsumen merasa diperlakukan sama dengan konsumen yang lain. Sikap *justice* yang diberikan KFC Cabang Ringroad Medan kepada pelanggan adalah dengan memberikan transaksi yang jujur dan adil kepada seluruh pengunjung, hal ini terlihat dari cara KFC melayani pelanggan dengan baik, memberikan produk yang ada sesuai dengan permintaan dengan memberikan penjelasan yang kongkrit dan KFC akan mengembalikan uang sisa pembelian dengan tepat dan memberikan hadiah atau discount bila memenuhi ketentuan dengan tidak memandang predikat konsumen apakah termasuk konsumen yang loyal ataupun masih dalam tingkat konsumen baru.

Variabel Perlakuan khusus (*esteem*) yang diberlakukan KFC Cabang Ringroad Medan kepada konsumen terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Cabang Ringroad Medan. Konsep *Esteem* adalah cara KFC memberikan pelayanan khusus kepada pelanggan seperti menerima keluhan pelanggan dan memberikan fasilitas pendukung kepada para pelanggan untuk memastikan bahwa apa yang diberikan sudah dapat memuaskan, selain itu sikap *esteem* ditunjukkan KFC dengan memberikan sapaan selamat datang, memberikan pelayanan prima dan selalu menerima keluhan konsumen dalam menangani keluhan pelanggan. Untuk perlakuan khusus juga dilakukan dengan cara memberikan kenyamanan bagi pengunjung yang datang dengan mengedepankan fasilitas yang memadahi seperti tempat ngobrol yang lega, menyediakan tempat untuk merokok, tempat sholat, kamar mandi yang bersih, hal ini dapat diandalkan sebagai salah satu strategi untuk dapat memuaskan pelanggan dan diharapkan menjadi pelanggan yang loyal.

Variabel Pemulihan jasa (*finishing touch*) yang diterapkan KFC Cabang Ringroad Medan dari hasil penelitian yang dilakukan ternyata juga berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan pada KFC Cabang Ringroad Medan. Variabel *Finishing touch* adalah merupakan bentuk *service recovery* atau penyapaan/ dan sambutan, yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya pada akhir transaksi. Perlakuan *Finishing touch* dilakukan dengan cara cepat tanggap dalam menanggapi keinginan dan kenyamanan konsumen seperti pemberian salam saat

Analisis Customer Delight Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ringroad Medan

Maulidini, Nur Subianto, Rizky Saputra

Vol. 01 No. 01 Juni 2022

konsumen datang dan pulang, memberikan souvenir bagi pelanggan-pelanggan yang dianggap memenuhi kriteria.

Variabel lokasi yang diteliti menunjukkan bahwa ada pengaruh cukup baik dan variabel lokasi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Cabang Ringroad Medan. Hal ini terjadi karena faktor lokasi KFC Cabang Ringroad Medan cukup representative dan sangat mudah untuk dijangkau oleh kendaraan dan juga dalam segi letak KFC Cabang ringroad juga sangat berdekatan dengan kompleks perumahan, perkantoran, rumah sakit dan instansi lainnya. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pemilihan lokasi merupakan hal yang cukup penting karena hal ini akan berhubungan dengan kemudahan akses dan kenyamanan konsumen dalam melaksanakan kegiatan penjualan barang dan jasa. Apabila lokasi tidak mendukung maka akan menghambat kelancaran penjual maupun konsumen dalam melaksanakan maksudnya untuk penjual dan membeli barang dan jasa yang diinginkannya.

IV. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu variabel bersikap adil (*justice*) X1, menghargai (*esteem*)X2, memberikan sentuhan akhir (*finishing touch*) (X3) dan lokasi (X4) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat loyalitas pelanggan (Y) pada KFC Cabang Ringroad Medan. Dan secara simultan data menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Cabang Ringroad Medan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa untuk dapat memperoleh konsumen yang loyal KFC cabang Ringroad Medan harus memperhatikan keempat variabel tersebut sehingga bisa mendapatkan pelanggan yang semakin meningkat dan mampu bersaing dengan usaha yang sejenis.

V. Bibliografi

- Gerson, Richard F. (2012) *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Cetakan kedua, Jakarta: PPM.
- Griffin, Jill. (2015). *Customer Loyalty (Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan)*. Jakarta: Erlangga
- Hurriyati, Ratih. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Analisis Customer Delight Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ringroad Medan

Maulidini, Nur Subianto, Rizky Saputra

Vol. 01 No. 01 Juni 2022

- Ma'ruf, Hendri. (2015). *Pemasaran Ritel*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2015). *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip, (2015). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Jilid 1-2, Jakarta: Index.
- Setiadi, Nugroho J. (2013) *Perilaku Konsumen konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bandung : Kencana.
- Simamora, Bilson, (2011) *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Cetakan Pertama. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Situmorang, Syafrizal Helmi, dkk. (2010) *Analisis Data Penelitian*, Medan: USU Press
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Supranto, J. (2011). *Statistik: Teori dan Aplikasi*, Edisi keenam, Jilid1, 2. Jakarta: Erlangga.
- Swastha, Basu DH, (2012). *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga. Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2015) *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Umar, Husein, (2010). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Keenam. Jakarta : Raja Grafindo

JURNAL:

- Raharso, Sri. 2005. Pengaruh Customer Delight terhadap Behavioral Intentions Battery. *Jurnal, Usahawan No.5, Mei 2005*.
- Hill, Graham. 2015. Customer Value Management. *Jurnal of Marketing*.

SKRIPSI:

- Meutia. (2017). Pengaruh Kesenangan Pelanggan (*Customer Delight*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hypermart Sun Plaza Medan. *Skripsi Fakultas Ekonomi-USU*.
- Mia. (2017) Pengaruh Kesenangan Pelanggan (*Customer Delight*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Macan Yaohan Medan Mall. *Skripsi Fakultas Ekonomi-USU*.