

Analisis Permintaan Produk KFC di Mall SKA Pekanbaru

Oleh Falini B Waruwu

*Dibawah bimbingan Drs. H. Zulkarnaini, SU dan Drs. Azwar Harahap,
M.Si*

Abstract

This research is conducted in Mall SKA Pekanbaru at month of July 2012. As for target of this research is to know factors causing the happening of improvement of request to product of KFC Mall SKA Pekanbaru. Result of this research expected can be useful to assist company in developing effort and as input in making of existing policy.

Data used by secondary and primary data with method. Analyse data is descriptive qualitative. In this research becoming population all consumer buying Kentucky Fried Chiken (KFC) Mall SKA Pekanbaru in the year 2011 amounting to 187.500. Intake sampel used by convenience sampling where amount sampel taken as much 100 respondent.

From result of research known that the factor influencing improvement of request of product of KFC Mall SKA pekanbaru price of KFC itself, earnings of society, service and facility. Become can be told so that the KFC more major factors mentioned in conducting effort, at one blow to fulfill the consumer request.

Keyword : request, price, service and facility

PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu negara dalam menjalankan roda pemerintahan akan membawa masyarakat ke pintu kejayaan dan kemakmuran. Pemerintah berusaha keras untuk menjaga kestabilan perekonomian negara melalui kebijakan yang bersifat cepat dan efektif dengan mengurangi pengeluaran negara. Perlahan tapi pasti, perekonomian Indonesia mengalami kemajuan dan berada pada kondisi stabil.

Semakin berkembangnya jumlah industri pada saat sekarang ini, persaingan industri juga semakin tajam. Maka setiap perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan efisiensinya. Semakin tinggi efisiensinya akan dapat memperbesar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan operasi perusahaan, baik itu dikaitkan dengan modal yang dikeluarkan dan keuntungan perusahaan itu sendiri.

Indonesia merupakan salah satu dari sekian banyak negara yang sedang berkembang. Layaknya sebuah negara yang sedang berkembang, tidak sedikit industri-industri yang berdiri di Indonesia, baik industri manufaktur maupun industri kuliner dalam hal ini industri restoran cepat saji. Banyaknya restoran cepat saji yang berada di Indonesia menimbulkan persaingan ketat dalam kompetisi mutu serta kualitas dari produk yang dihasilkan.

Fast food atau restoran cepat saji, mulai populer di Indonesia pada awal 1980. Sebagian besar fast food yang merambah pasar Indonesia berasal dari Amerika. Saat ini tercatat ada beberapa nama besar di dunia "Junk Food" Amerika, yang membuka gerai-gerai di Indonesia. Sebagai pionier di Indonesia, adalah Kentucky Fried Chicken. Animo masyarakat cukup besar terhadap gerai ayam cepat saji ini, terlihat dengan munculnya gerai-gerai serupa yang berusaha meniru Kentucky Fried Chicken. Ada gerai yang memang berasal dari luar, dan ada pula gerai lokal, yang mengimitasi dengan memakai nama-nama kota di Amerika, seperti California, Texas, Washington, Oklahoma, dan Vegas. Seiring berjalannya waktu, beberapa bertahan, dan adapula yang tidak dapat bertahan.

Masuknya beberapa nama Internasional ke dalam kancah franchise restoran cepat saji di Indonesia seperti Kentucky Fried Chicken, Mc Donald, Texas Fried Chicken semakin meramaikan kancah restoran cepat saji di Indonesia. Beberapa diantara mereka, menggunakan ide untuk menambah Menu Fried Chicken sebagai side menu, sebagai alternatif menu utama mereka.

Kentucky Fried Chiken (KFC) salah satu restoran cepat saji waralaba yang hak eksklusif waralabanya dipegang oleh PT.Fast Food Indonesia. KFC merupakan pemimpin global dalam bisnis kategori fast food dengan menggunakan menu andalan daging ayam goreng. Selain menawarkan produk ayam goreng , KFC juga memenuhi selera konsumen dengan menu pilihan lain seperti nasi, perkedel,kentang goreng, spaghetti, cream soup, twister, dan burger serta menawarkan produk-produk baru seperti combo double, colonel yakiniku dan yang lainnya juga. KFC menspesialisasikan perusahaannya pada menu ayam goreng dan memosisikan dirinya sebagai “jagonya ayam”. Target pasar KFC adalah keluarga segala usia dan segmen pasar yang dibidik adalah anak-anak usia 6-15 tahun dan remaja 16-25 tahun.(www.kfcindonesia.com)

Berikut adalah gambaran permintaan KFC dari tahun 2007-2011.

Tabel 3. Jumlah Permintaan KFC cabang mall SKA tahun 2007-2011

Tahun	Permintaan (Rp)
2007	Rp. 9.582.767.394
2008	Rp. 11.602.849.292
2009	Rp. 13.435.599.035
2010	Rp. 13.926.682.623
2011	Rp.14.300.256.122

Sumber: KFC Mall SKA Pekanbaru,2012

Dari tabel 3 diatas kita dapat melihat bahwa jumlah permintaan KFC di mall SKA pekanbaru mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2007 jumlah permintaan KFC adalah Rp. 9.582.767.394 kemudian pada tahun 2008 menjadi Rp 11.602.849.292 demikian juga pada tahun 2009 mengalami kenaikan sebesar Rp.13.435.599.035 dan pada tahun 2010 sebesar Rp.13.926.682.623. Sedangkan jumlah permintaan pada tahun 2011 mencapai Rp.14.300.256.122.

Permintaan yang besar dari masyarakat terhadap KFC sangat mendorong produsen untuk meningkatkan jumlah produksi KFC itu sendiri. Prospek usaha KFC ini sebenarnya untuk selama 10 tahun ke depan, diperhitungkan sangat prospektif. Ini disebabkan semakin tinggi tingkat permintaan masyarakat untuk mengonsumsi produk industri olahan makanan terutama makanan siap saji. Mengingat kemajuan zaman yang mendorong masyarakat untuk hidup lebih efektif dan efisien. Namun dalam hal pengembangan usahanya serta menarik minat masyarakat, KFC perlu memperhitungkan jumlah pesaing yang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.

Dari hasil pra survey, KFC menawarkan beragam harga mulai dari yang Rp.5000 sampai dengan paket yang ditujukan untuk keluarga. Harga yang beragam tersebut memberikan pengaruh terhadap permintaan konsumen terhadap produk KFC. Dan dengan menawarkan penjualan dengan sistem paket tersebut, mereka berharap akan dapat membantu konsumen dalam menetapkan pilihannya dan akhirnya akan mempercepat proses pelayanan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik mengadakan penelitian yang berjudul : “ **Analisis Permintaan Produk KFC di Mall SKA Pekanbaru**”

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka perumusan yang dapat diambil sebagai dasar kajian dalam penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut :
”Mengapa terjadi peningkatan permintaan terhadap produk KFC di Mall SKA Pekanbaru?”

Tujuan dan manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya peningkatan permintaan terhadap produk KFC di Mall SKA Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini antara lain :

1. Melalui penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan didalam mengembangkan usahanya.
2. Sebagai bahan referensi dan bahan informasi bagi peneliti selanjutnya terutama yang meneliti tentang masalah industri makanan olahan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek yang akan diteliti. Populasi merupakan semua individu atau unit-unit yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah semua konsumen yang membeli Kentucky Fried Chiken (KFC) di Mall SKA Pekanbaru.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan Kentucky Fried Chiken (KFC). Berdasarkan wawancara yang dilaksanakan kepada pihak perusahaan, jumlah konsumen pada tahun 2011 adalah mencapai 187.500 orang.

Disebabkan karena populasi memiliki jumlah tak terhingga, maka dilakukan penghitungan secara pasti jumlah besaran sampel untuk populasi tertentu. Besarnya ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus slovin dalam Umar (2003:78) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 0,1.

Dengan persen kelonggaran atau ketidaktelitian (e) yang ditetapkan sebesar 10%, maka ditetapkan ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{187.500}{1 + 187.500 (0,1)^2}$$
$$n = \frac{187.500}{1 + 1875}$$

187.500

n =

1876

n = 99,9

n = 100 (Pembulatan)

Jadi besarnya ukuran sampel yang yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden. Disamping itu juga mempertimbangkan faktor biaya, waktu dan tenaga. Dalam penelitian ini digunakan metode pengambilan sampel dengan cara Accidental Sampling. Accidental Sampling adalah pemilihan sampel kepada konsumen yang mudah ditemui.

Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer data primer dan data sekunder,yaitu:

- a. Data primer, adalah data yang diperoleh langsung dari hasil pengamatan dan pencatatan langsung dilapangan serta wawancara langsung dengan responden yaitu beberapa masyarakat yang diajukan sebagai sampel. Yaitu para konsumen pada KFC Mall SKA Pekanbaru.
- b. Data sekunder, adalah data yang diperoleh dari dinas atau instansi masyarakat yang terkait.Data sekunder dapat diperoleh dari instansi yang berkaitan dengan penelitian ini seperti: BPS Kota Pekanbaru, Kentucky Fried Chiken (KFC) Mall SKA Pekanbaru serta instansi lain yang berkaitan.

Metode dan Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara :

- a. Quesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu. Dalam hal ini memberikan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini kepada responden berupa daftar dan pilihan berganda, lalu menyebarkan amgket tersebut kepada masyarakat yang menjadi sampel dalam penelitian ini.
- b. Interview, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan Tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang ada hubungannya langsung dengan penelitian ini. Peneliti mengadakan Tanya jawab

(wawancara) kepada pihak pimpinan dan karyawan khususnya para konsumen yang pernah berkunjung ke KFC Mall SKA Pekanbaru tersebut.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif adalah metode yang membahas permasalahan penelitian dengan menguraikan dan menjelaskan berdasarkan data yang diperoleh, sehingga diperoleh gambaran dari masalah-masalah yang sedang dibahas berdasarkan data yang diperoleh. Kemudian mengaitkan dan menghubungkan serta menginterpretasikan sesuai dengan teori-teori yang relevan dengan masalah yang bersangkutan sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi.

Tanggapan Responden Terhadap Produk KFC

Berikut ini adalah uraian satu persatu tentang bagaimana tanggapan responden terhadap produk KFC (Kentucky Fried Chicken).

a. Jumlah Kedatangan Responden ke KFC Mall SKA Dalam Satu Bulan

Jumlah kedatangan responden ke KFC Mall SKA Pekanbaru berbeda-beda. Perbedaan ini didasarkan pada kebutuhan atau kepentingan masing-masing responden. Berikut ini disajikan tabel mengenai seberapa banyak responden datang ke KFC Mall SKA dan membeli produk KFC dalam sebulan.

Pada tabel 5.7 dapat kita lihat bahwa jumlah kedatangan responden dalam satu bulan berbeda-beda. Kedatangan responden yang terbanyak adalah 1 kali dalam sebulan yaitu sebanyak 34 orang atau sekitar 34%. Sedangkan jumlah kedatangan responden paling sedikit adalah lebih dari 4 kali dalam sebulan yaitu sebanyak 13 orang atau sekitar 13%.

Tabel 5.7 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Kedatangan dalam sebulan ke KFC Mall SKA Kota Pekanbaru Tahun 2012

Jumlah kedatangan	Responden	Persentase
1 kali	34	34%
2 kali	29	29%
3 kali	24	24%
>4 kali	13	13%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data olahan Primer,2012

b. Tanggapan Responden Terhadap Harga Produk KFC

Harga yang di tawarkan oleh KFC beragam. Sesuai dengan kemampuan konsumen membeli. Berikut ini di sajikan tabel mengenai tanggapan responden terhadap harga yang ditawarkan KFC.

Tabel 5.8 Tanggapan Responden Terhadap Harga Produk KFC Tahun 2012

No	Tanggapan	Jumlah responden	Persentase(%)
1	Murah	4 orang	4%
2	Standar	76 orang	76%
3	Mahal	14 orang	14%
4	Sangat mahal	6 orang	6%
	Jumlah	100 orang	100%

Sumber: Data Olahan Primer,2012

Dari tabel 5.8 diatas dapat kita lihat bahwa tanggapan responden terhadap harga produk KFC beragam mulai dari harga murah, standar, mahal dan sangat mahal. Responden yang menilai bahwa harga produk KFC murah sebanyak 4 orang atau sekitar 4%, selanjutnya responden yang menilai bahwa harga produk KFC standar sebanyak 74 orang atau sekitar 74%, sedangkan responden yang menilai harga produk KFC mahal sebanyak 14 orang atau sekitar 14%, kemudian responden yang menilai harga produk KFC sangat mahal sebanyak 6 orang atau sekitar 6%. Dari tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa harga produk KFC masih sangat terjangkau, hal ini dibuktikan dengan adanya tanggapan 76 responden yang menilai harga produk KFC standar.

c. Tanggapan Responden Terhadap produk yang paling sering dibeli

Keberagaman produk yang disajikan oleh KFC membuat konsumen bebas menentukan produk apa saja yang akan dibelinya sesuai dengan selera dan kemampuan membelinya. Dari tabel berikut ini dapat kita ketahui produk-produk apa saja yang paling sering dibeli oleh responden ketika berkunjung ke KFC Mall SKA Pekanbaru.

Tabel 5.9 Tanggapan Responden Terhadap Produk KFC yang paling sering di beli Tahun 2012

No	Nama Produk KFC	Jumlah	Persentase(%)
1	Paket combo hit list	28	28%
2	Paket jumbo	10	10%
3	Paket attack	11	11%
4	Paket super mantap	5	5%
5	Ayam goreng	25	25%
6	Paket super hemat	18	18%
7	Paket wings	1	1%
8	Colonel yakiniku	2	2%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer,2012

Dari tabel 5.9 dapat diketahui produk KFC yang paling sering dibeli oleh responden adalah produk paket combo sebanyak 28 orang atau 28%, selanjutnya ayam goreng sebanyak 25 orang atau sekitar 25%, kemudian diikuti paket super hemat sebanyak 18 orang atau sekitar 18%, paket attack sebanyak 11 orang atau sekitar 11%, pembelian paket jumbo sebanyak 10 orang atau sekitar 10%, paket super mantap 5 orang atau sekitar 5%, pembelian colonel yakiniku sebanyak 2 orang atau sekitar 2% dan terakhir pembelian paket wings sebanyak 1 orang atau sekitar 1 %. Hasil wawancara yang dilakukan terhadap responden bahwa produk yang paling digemari oleh konsumen adalah paket kombo hit list, karena selain harganya terjangkau, isi paket lebih lengkap dan potongan ayam gorengnya lebih besar.

d. Tanggapan Responden Terhadap Biaya yang dikeluarkan Setiap kali Membeli Produk KFC Tahun 2012

Untuk membeli suatu produk kita harus mengeluarkan biaya sesuai dengan apa yang hendak kita beli. Dalam tabel berikut ini disajikan biaya yang dikeluarkan oleh responden setiap kali membeli produk KFC.

Tabel 5.10 Tanggapan responden Terhadap Biaya yang dikeluarkan Setiap kali Membeli Produk KFC di Mall SKA Pekanbaru

No	Pengeluaran	Jumlah	Persentase(%)
1	<RP 20.000	5	5%

2	Rp 20.000-Rp 50.000	65	65%
3	>Rp 50.000- Rp100.000	20	20%
4	>Rp 100.000	10	10%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data olahan Primer,2012

Dari tabel 5.10 diatas dapat kita ketahui responden yang mengeluarkan biaya sebesar Rp 20.000-Rp 50.000 adalah responden terbanyak yaitu sebanyak 65 orang atau sekitar 65%, kemudian Rp 50.000- Rp 100.000 sebanyak 20 orang atau 20%, disusul dengan biaya Rp > Rp 100.000 sebanyak 10 orang, sedangkan jumlah responden yang mengeluarkan biaya <Rp 20.000 adalah responden paling sedikit yaitu sebanyak 5 orang atau sekitar 5%.

e. Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan dan Fasilitas KFC di Mall SKA Pekanbaru

Apabila suatu perusahaan makanan dapat memberikan kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, maka konsumen dapat menjadi pelanggan setia bagi perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik dapat mengangkat citra perusahaan kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan yang dinilai disini dilihat dari ketepatan waktu penyajian, keramahtamahan para pelayannya.

Sedangkan fasilitas yang dinilai disini dilihat dari tersedianya fasilitas WIFI sehingga pelanggan tidak bosan untuk duduk berlama-lama sambil menikmati hidangan yang di sajikan, ruang khusus bagi para perokok, serta WC bersih. Untuk melihat bagaimana penilaian responden terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas di KFC Mall SKA Pekanbaru dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5.11 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan dan Fasilitas di KFC Mall SKA Pekanbaru tahun 2012

No	Pelayanan dan Fasilitas	Jumlah Responden	Persentase(%)
1	Sangat Baik	10	10%
2	Baik	75	75%
3	Buruk	15	15%
4	Sangat Buruk	0	0
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer,2012

Dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa, banyak responden yang menyatakan bahwa pelayanan dan fasilitas yang diberikan di KFC Mall SKA Pekanbaru yang dirasakan baik oleh responden sebanyak 75 orang atau 75 %. Responden yang menyatakan bahwa pelayanan dan kualitas di KFC Mall SKA Pekanbaru sangat baik ada 10 orang atau sebanyak 10%. Sementara responden yang menyatakan bahwa pelayanan dan fasilitas yang diberikan di KFC Mall SKA Pekanbaru buruk ada 15 oarang atau sebesar 15%. Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan makanan cepat saji di KFC Mall SKA Pekanbaru adalah baik.

Pembahasan

Faktor-faktor yang memepengaruhi permintaan akan suatu barang sangat banyak seperti harga barang itu sendiri, harga barang lain, jumlah penduduk, pendapatan perkapita, selera, perkiraan dimasa mendatang, usaha-usaha produsen dalam meningkatkan penjualan. Demikian juga halnya terhadap permintaan Produk KFC diMall SKA Pekanbaru. Dalam analisis ini, penulis akan membahas faktor faktor yang menyebabkan terjadinya peningkatan terhadap produk KFC di Mall SKA Pekanbaru.

Permintaan Produk KFC di Mall SKA Pekanbaru dipengaruhi oleh harga produk KFC itu sendiri, pendapatan, pelayanan dan fasilitas.

a. Harga produk KFC itu sendiri

Dalam analisis ekonomi, permintaan suatu barang sangat dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri. Hal ini senada dengan bunyi hukum permintaan yaitu makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

Perubahan harga pada umumnya akan mempengaruhi perubahan jumlah barang yang diminta. Kenaikan harga Produk KFC akan menyebabkan penurunan konsumsi produk KFC oleh konsumen. Dan sebaliknya, penurunan harga produk KFC akan mendorong kenaikan konsumsi untuk Produk KFC.

Berdasarkan penelitian yang dilakukann terhadap 100 orang responden yaitu para konsumen di KFC Mall SKA Pekanbaru, diketahui sebanyak 76 orang mengatakan bahwa harga produk KFC standar, artinya harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh responden yang berpenghasilan rendah sekalipun. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang dipengaruhi oleh tingkat harganya, dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut, (Sukirno, 2005:76).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa harga produk KFC yang ditawarkan mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk KFC itu sendiri.

b. Pendapatan

Pendapatan merupakan balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang ikut serta dalam proses produksi di suatu daerah atau wilayah dalam waktu tertentu. Sedangkan yang dimaksud balas jasa faktor –faktor produksi adalah berupa upah atau gaji, sewa tanah, sewa bangunan, harga, modal dan keuntungan semuanya belum dipotong pajak.

Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh seseorang dalam melakukan pekerjaan dan digunakan untuk keperluan dan kebutuhan hidupnya. Dengan demikian, pendapatan dapat dijadikan salah satu ukuran tingkat kehidupan suatu masyarakat. Dengan demikian semakin tinggi tingkat pendapatan suatu daerah maka semakin tinggi pula kehidupan ekonomi daerah tersebut. Sehingga kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya pun akan semakin meningkat.

Perubahan penghasilan konsumen (dalam arti normal) dengan anggapan *ceteris paribus* pada umumnya dapat mempengaruhi perubahan jumlah barang atau jasa yang diminta terutama untuk jenis barang normal dan superior. Kenaikan pendapatan perkapita konsumen akan mendorong kenaikan konsumsi Produk KFC dan sebaliknya, perubahan penghasilan konsumen akan mendorong berkurangnya konsumsi untuk produk KFC.

Dari hasil penelitian yang telah digambarkan diatas dapat dilihat bahwa pendapatan tidak mempengaruhi masyarakat untuk mengkonsumsi produk KFC. Karena walaupun pendapatan mereka tinggi atau rendah, jika mereka ingin membeli produk KFC mereka harus tetap membayar sesuai harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan makanan cepat saji tersebut.

c. Pelayanan dan Fasilitas

Apabila suatu perusahaan makanan tertentu senantiasa memberikan kualitas pelayanan dan fasilitas yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, maka konsumen akan tetap membeli produk tersebut, karena kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan akan mengangkat citra perusahaan tersebut. Faktor terakhir yang mempengaruhi peningkatan permintaan konsumen terhadap produk KFC di Mall SKA adalah pelayanan dan fasilitas.

Pada tabel 5.11 diatas dapat dilihat bahwa 75 orang responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh KFC adalah baik, dimana kesesuaian prosuk yang dipesan sesuai apa yang kita inginkan, keramahamtaman pelayan dan juga fasilitas pendukung seperti adanya koneksi WIFI serta ruangan khusus para perokok. Sementara 15 orang responden menyatakan pelayanan dan fasilitas di KFC Mall SKA buruk. Semakin baik kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada para konsumen akan mempengaruhi peningkatan permintaan akan produk KFC di Mall SKA Pekanbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Dari penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan angket kuisisioner 100 responden, konsumen KFC Mall SKA Pekanbaru lebih memilih mengkonsumsi makanan cepat saji karena mereka memandang makanan cepat saji memiliki kelebihan seperti kecepatan dalam penyajian, rasa produk yang disajikan, pelayanan dan fasilitas yang mendukung selama berada di KFC. Makanan cepat saji ini dipilih juga karena faktor harganya yang masih terjangkau serta kenyamanan.
2. Dari hasil penelitian ini juga dapat diketahui bahwa yang mempengaruhi peningkatan permintaan produk KFC di Mall SKA Pekanbaru adalah

- Harga KFC itu sendiri

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang responden yaitu para konsumen di KFC Mall SKA Pekanbaru, diketahui sebanyak 76 orang mengatakan bahwa harga produk KFC standar, artinya harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh responden yang berpenghasilan rendah sekalipun. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa harga produk KFC yang ditawarkan mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk KFC itu sendiri.

- Pendapatan

Dari hasil penelitian yang telah digambarkan diatas dapat dilihat bahwa pendapatan tidak mempengaruhi masyarakat untuk mengkonsumsi produk KFC. Karena walaupun pendapatan mereka tinggi atau rendah, jika mereka ingin membeli produk KFC mereka harus tetap membayar sesuai harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan makanan cepat saji tersebut.

- Pelayanan dan Fasilitas

Pada tabel 5.11 diatas dapat dilihat bahwa 75 orang responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh KFC adalah baik, dimana kesesuaian prosuk yang dipesan sesuai apa yang kita inginkan, keramahtamahan pelayan dan juga fasilitas pendukung seperti adanya koneksi WIFI serta ruangan khusus para perokok. Sementara 15 orang responden menyatakan pelayanan dan fasilitas di KFC Mall SKA buruk. Semakin baik kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada para konsumen akan mempengaruhi peningkatan permintaan akan produk KFC di Mall SKA Pekanbaru

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka penulis berusaha memberikan saran sebagai berikut:

1. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi peningkatan permintaan produk KFC, maka diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk menetapkan kebijakan-kebijakan ekonomi yang sesuai dan tepat sarannya, khususnya bagi pengusaha KFC agar dapat mengikuti perkembangan dan mengetahui faktor apa yang mendorong pembeli untuk membeli produk KFC tersebut.
2. Disarankan kepada perusahaan KFC supaya fasilitas pendukung lebih ditingkatkan agar menarik minat konsumen untuk berkunjung ke KFC Mall SKA dan membeli produk yang telah disajikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada :

1. Bapak Drs. Kennedy, MM., Ak selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Riau
2. Bapak Prof. Dr. Harlen, SE., MM selaku ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Bapak Deny Setiawan, SE., MEd selaku sekretaris Jurusan Ilmu Ekonomi.
3. Bapak Drs. H. Zulkarnaini, SU selaku pembimbing I dan Bapak Drs. Azwar Harahap, M.Si selaku pembimbing II, yang selalu setia dan bersedia meluangkan waktunya untuk mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Tim penguji skripsi, yang telah meluangkan waktu untuk dapat hadir serta memberikan koreksi, saran dan penilaian demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Hj. Toti Indrawati, M.Si selaku Dosen Penasehat Akademis, yang selalu setia dan ikhlas memberikan bimbingan, nasehat, masukan, arahan dan dukungan selama penulis mengikuti perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi pada Fakultas Ekonomi Universitas Riau yang memberikan pengetahuan dan pelayan selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi.
7. Seluruh Staf Kantor BPS Riau, yang bersedia membantu penulis dalam memberikan data yang diperlukan untuk penulisan skripsi ini.
8. Terutama sekali penulis mempersembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua yang sangat penulis sayangi, Ayahanda Drs. G. Waruwu dan Ibunda J. Kemit, S.Pd, yang telah membesarkan penulis, selalu memberikan cinta dan kasih sayang kepada penulis, serta selalu memberikan dukungan semangat dan selalu mengiringi setiap langkah kehidupan penulis dengan pengertian dan doa-doa yang tiada henti. Tidak lupa kepada saudara-saudara penulis yang sangat penulis banggakan, bang Hendra Waruwu dan Kak Mida Naibaho serta kedua buah hatinya (Gracia dan Stefanus), kak

Faeri Waruwu, terima kasih atas doa-doanya, semoga kita semua jadi orang sukses. Dan adik ku terkasih Alm. Felix Salomo Waruwu, dek abang udah sarjana..doakan aku selalu ya. Kami sangat merindukanmu.

9. Kepada teman-teman seperjuangan Ilmu Ekonomi 2008 (Florenxia, Wenny Sihite,SE, Suhandi,SE, Ewin, Lambok, Ofrin, Edi Kalapa) dan semua teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih untuk Dukungan, tetap semangat buat kalian yah...semoga kita sukses selalu kedepannya.
10. Terima kasih untuk seseorang yang terkasih dan kucintai Saputri Meilin Galingging,S.Pi yang selalu memberikan semangat, dukungan terutama dalam pembuatan skripsi ini..
11. Seluruh Kru Pondokan Sarinembah No. 21 terimakasih atas dukungan dan semangat karena kalian telah menjadi saudara dan sahabat bagiku.

Penulis mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang berperan serta dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari dalam penyajian skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan dalam menyelesaikannya. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyad, Lincolin, 1993, *Ekonomi Mikro Terapan*, Edisi III, BPFE, Yogyakarta
- AM. Hanafiah dan AM, Syaifuddin, 1993, *Tata Niaga Hasil Pertanian*, UI Press Jakarta.
- Boediono dan Peter Mc Cawlay, 1990, *Bunga Rampai Ekonomi Indonesia*, Cetakan keenam, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Dornbusch, Rudiger, Stanley Fisher dan Richard Startz, 2008, *Makroekonomi Edisi Kesepuluh*, Media Global Edukasi. Jakarta.
- Liebhafsky H, *The Nature of Price Theory*, Terjemahan Paul Sihotang, Erlangga, Jakarta, 1992.
- Lipsey, Steiner, Purvis, *Pengantar Mikro Jilid 1*, Erlangga, Jakarta, 1993.
- Lipsey, Richard G dkk, 1989, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Jilid 1, PT.Erlangga, Jakarta.
- Mankiw N Gregory, 2000. *Teori Makro Ekonomi*, Erlangga, Jakarta.
- Nicholson, Walter, 1995, *Teori Ekonomi Mikro 1 Edisi Kedua*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Putong, Iskandar, 2003, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Rahardja Pratama dan Mandala Manurung, 2002, *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*, Penerbit FE-UI , Jakarta.
- Samuelson, A, Paul, and Nordhaus, D, William, *Ekonomi Jilid 2*, Erlangga, Jakarta, 1992.
- Sudarso, 1992, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Rineka Cipta, Jakarta.

Sudarsono, 1993. *Ekonomi Mikro*, LP3S, Yogyakarta.

Sukirno, Sadono, 2003, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Edisi Ketiga PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

_____, 2004, *Pengantar Mikro Ekonomi*. Raja grafindo Persada Jakarta.

_____, 2005, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

_____, 2006, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Edisi Ketiga, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Suparmoko, 2008. *Pengantar Ekonomi Mikro*, BPFE, Yogyakarta.

Umar, Husein, 2003, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Cetakan Kelima, PT Grafindo Persada, Jakarta.

www.kfcindonesia.com

www.pustakaonline.com