

**SKRIPSI**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PRODUK NUGGET  
AYAM PADA PT.  
CIOMAS ADISATWA DI WILAYAH PEMASARAN GOWA**

**Disusun dan diajukan oleh**

**MUHAEDIR  
I011 18 1021**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2023**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PRODUK NUGGET  
AYAM PADA PT.  
CIOMAS ADISATWA DI WILAYAH PEMASARAN GOWA**

**SKRIPSI**

**MUHAEDIR  
I011 18 1021**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Peternakan  
pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin

**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN  
FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : Analisis Kepuasan Pelanggan Produk Nugget Ayam Pada PT. Ciomas Adisatwa Di Wilayah Pemasaran Gowa

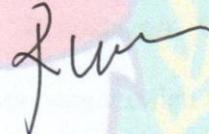
**Nama** : Muhaedir

**NIM** : 1011 18 1021

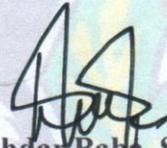
Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui oleh :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dr. Ir. Palmarudi M., SU  
NIP. 1960122 199103 1 002



Dr. Syahdar Baha, S. Pt., M.Si  
NIP. 19731217 200312 1 001

Ketua Program Studi Peternakan  
Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin



Dr. Agr. Ir. Benny Fatmyah Utamy, S.Pt., M.Agr., IPM.  
NIP. 19720120 199803 2 001

Tanggal Lulus : 19 September 2023

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhaedir

NIM : I011 18 1021

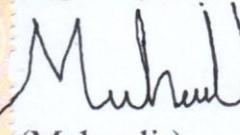
Program Studi : Peternakan

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul **Analisis Kepuasan Pelanggan Produk Nugget Ayam Pada PT. Ciomas Adisatwa Di Wilayah Pemasaran Gowa** adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 29 September 2023

Yang Menyatakan  
  
(Muhaedir)



## ABSTRAK

**Muhaedir (I011 18 1021).** Analisis Kepuasan Pelanggan Produk Nugget Ayam Pada PT. Ciomas Adisatwa Di Wilayah Pemasaran Gowa. Dibawah bimbingan **Palmarudi** selaku pembimbing utama dan **Syahdar Baba** selaku pembimbing pendamping.

Chicken nugget adalah suatu produk berbahan baku daging ayam yang dicampur tepung terigu/tepung roti dan susu yang mempunyai nilai tinggi gizi. Pentingnya kepuasan pelanggan bagi pembisnis yaitu demi mempertahankan kelangsungan hidup bisnis tersebut dalam jangka panjang, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan produk nugget ayam pada PT. Terbatas Ciomas Adisatwa Di Wilayah Pemasaran Gowa. Penelitian ini di lakukan pada bulan Februari-Maret 2023 di Perseroan Terbatas Ciomas Adisatwa Di Wilayah Pemasaran Gowa. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan rumah tangga yang membeli produk nugget ayam di Pinarak 1 Wilayah Gowa. Berdasarkan dari hasil tabel perhitungan yang telah dilakukan menggunakan CSI dapat diketahui bahwa indeks kepuasan pelanggan terhadap Produk Nugget Ayam Pada Pt. Ciomas Adisatwa Di Wilayah Pemasaran Gowa sebesar 65.59 % pada rentang skala 51.00% sampai dengan 65.99& . Dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan disana secara umum berada pada kategori cukup puas. Berdasarkan dari hasil tabel perhitungan yang telah dilakukan menggunakan CSI dapat diketahui bahwa indeks kepuasan pelanggan terhadap Produk Nugget Ayam Pada Pt. Ciomas Adisatwa Di Wilayah Pemasaran Gowa sebesar 65.59 % pada rentang skala 51.00% sampai dengan 65.99& . Dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan disana secara umum berada pada kategori cukup puas.

Kata kunci : Chicken nugget, pemasaran, kepuasan pelanggan, harapan.

## ABSTRAK

**Muhaedir (I011 18 1021).** Analysis of Customer Satisfaction of Ciomas Adisatwa Limited Company Chicken Nugget Products in the Gowa Marketing Area. Supervised by **Palmarudi** as a supervisor and **Syahdar Baba** as a Co-Supervisor.

---

Chicken nuggets are a product made from chicken meat mixed with wheat flour/bread flour and milk which has high nutritional value. The importance of customer satisfaction for business people is to maintain the survival of the business in the long term, because the key to retaining customers is satisfaction. The aim of this research is to analyze the level of customer satisfaction for Ciomas Adisatwa Limited Company chicken nugget products in the Gowa Marketing Area. This research was conducted in February-March 2023 at the Ciomas Adisatwa Limited Company in the Gowa Marketing Area. The population in this study were household customers who purchased chicken nugget products in Pinarak 1, Gowa Region. Based on the results of the calculation table that has been carried out using CSI, it can be seen that the customer satisfaction index for Pt. Chicken Nugget Products. Ciomas Adisatwa in the Gowa Marketing Area is 65.59% on a scale ranging from 51.00% to 65.99%. It can be said that the level of customer satisfaction there is generally in the quite satisfied category. Based on the results of the calculation table that has been carried out using CSI, it can be seen that the customer satisfaction index for Pt. Chicken Nugget Products. Ciomas Adisatwa in the Gowa Marketing Area is 65.59% on a scale ranging from 51.00% to 65.99%. It can be said that the level of customer satisfaction there is generally in the quite satisfied category.

Keywords: Chicken nuggets, marketing, customer satisfaction, expectations.

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah *Subhanahu Wata'ala* yang telah melimpahkan seluruh rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Produk Nugget Ayam PT Ciomas Adisatwa Di Wilayah Pemasaran Gowa”. Shalawat serta salam juga tak lupa kami junjungkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu Alaihi Wasallam* sebagai suri tauladan bagi umatnya.

Limpahkan rasa hormat, kasih sayang, cinta dan terima kasih tiada tara kepada Ayah **Marsuki Idu** dan Ibu **Rosmiati** yang telah melahirkan, mendidik dan membesarkan dengan penuh cinta dan kasih sayang yang begitu tulus. Saudara kandung penulis yaitu Kakak **Ismail Marsuki** dan **Rahmat Marsuki** yang telah banyak membantu penulis, serta senantiasa memanjatkan do'a dalam kehidupannya untuk keberhasilan penulis.

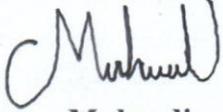
Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak **Dr. Ir. Palmarudi, M.,SU** selaku pembimbing utama dan Bapak **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si** selaku pembimbing anggota yang telah membimbing dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Penulisan Skripsi ini. Penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas pula dari berbagai bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Olehnya itu penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada :

1. **Rektor Unhas Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc, Dekan Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si, Wakil Dekan dan seluruh Bapak Ibu Dosen** yang telah melimpahkan ilmunya kepada penulis, dan **Bapak Ibu Staf Pegawai Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.**

2. **Dosen Pengajar** Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberi ilmu yang sangat bernilai bagi penulis.
3. Ibu **Endah Murpi Ningrum, S.Pt., M.P.** selaku penasehat akademik yang banyak meluangkan waktu untuk memberikan motivasi, nasehat dan dukungan kepada penulis.
4. Teman-teman **Crane 2018** yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah menemani dan mendukung penulis selama kuliah.
5. Kakanda, adinda dan teman-teman Mahasiswa Fakultas Peternakan.

Dengan sangat rendah hati, penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik serta saran pembaca sangat diharapkan. Semoga Skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Robbal Aalamin. Akhir Qalam *Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Makassar, 29 September 2023

  
**Muhaedir**

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	1
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	2
<b>PENDAHULUAN</b> .....	3
Latar Belakang .....	3
Rumusan Masalah .....	5
Tujuan Penelitian.....	5
Kegunaan Penelitian.....	5
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
Tinjauan Pustaka Pemasaran .....	6
Kepuasan Konsumen Pelanggan .....	8
Kualitas Pelayanan .....	10
Kerangka Pikir.....	11
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	13
Waktu dan Tempat .....	13
Jenis Penelitian.....	13
Jenis Data dan Sumber Data.....	13
Metode dan Pengumpulan Data .....	14
Populasi dan Sampel .....	14
Analisis Data .....	17
Variabel Penelitian .....	23
Konsep Operasional .....	24
<b>GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b> .....	13

Perseroan Terbatas Ciomas Adisatwa .....	23
Struktur Perseroan Terbatas Ciomas Adisatwa .....	24
<b>KEADAAN UMUM RESPONDEN .....</b>	<b>26</b>
Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	23
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	24
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	23
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>
Analisis Kepuasan Pelanggan PT. Ciomas Adisatwa .....	23
Bukti Fisik .....	24
Keandalan .....	23
Perhatian.....	24
Daya Tanggap .....	24
Kepuasan Konsumen .....	24
Perhatian.....	24
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>26</b>
Kesimpulan.....	23
Saran .....	24
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>26</b>

## DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1. Penjualan Produk Nugget 3 Bulan Terakhir 2022 .....	5
2. Bobot Penilaian Kuisisioner .....	19
3. Kriteria Nilai <i>Costumer Satisfaction Index</i> (CSI) .....	24
4. Variabel Penelitian .....	25
5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	31
6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	33
8. Jawaban Pertanyaan Keandalan Produk Chicken Nugget PT. Ciomas Adisatwa wilayah Pemasaran Gowa .....	35
9. Jawaban Pertanyaan Daya Tanggap Produk Chicken Nugget PT. Ciomas Adisatwa wilayah Pemasaran Gowa .....	36
10. Jawaban Pertanyaan Perhatian Produk Chicken Nugget PT. Ciomas Adisatwa wilayah Pemasaran Gowa .....	38
11. Jawaban Pertanyaan Bukti Fisik Produk Chicken Nugget PT. Ciomas Adisatwa wilayah Pemasaran Gowa .....	39
12. Analisis <i>Costumer Satisfaction Index</i> (CSI) .....	44

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Untuk mencukupi kebutuhan pangan hewani di masa mendatang ini, peternak atau pelaku usaha di bidang peternakan mesti di lakukan penambahan produksi. Di samping itu, memberikan inovasi kepada produk peternakan hingga mempunyai nilai tinggi. Salah satunya dengan produk olahan daging ayam yang dapat meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi peternak dan nilai guna bagi produsen maupun konsumen. Salah satu produk olahan ini adalah chicken nugget. Chicken nugget adalah suatu produk berbahan baku daging ayam yang dicampur tepung terigu/tepung roti dan susu yang mempunyai nilai tinggi gizi.

Menurut Dwiastruti, dkk., (2012), Kepuasan Pelanggan adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Pentingnya kepuasan pelanggan bagi pembisnis yaitu demi mempertahankan kelangsungan hidup bisnis tersebut dalam jangka panjang, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Kepuasan pelanggan tidak hanya bisa diraih dengan kualitas pelayanan saja, akan tetapi ada faktor-faktor lain yang dapat mendukung terpuhinya kepuasan pelanggan.

Perseroan Terbatas Ciomas Adisatwa merupakan perusahaan yang memasarkan produk-produk olahan protein hewani dan memberikan solusi atas kebutuhan pengusaha dan penyedia pangan modern. Pada Perseroan Terbatas Ciomas Adisatwa terdapat beberapa produk di antaranya yaitu produk nugget

yang meningkat setiap bulannya, hal ini di pengaruhi karena pelanggan atau masyarakat menyukai produk nugget. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada Tabel 1 penjualan produk nugget 3 bulan terakhir :

Tabel 1. Penjualan Produk Nugget 3 Bulan Terakhir Pinarak 1 Wilayah Gowa :

Bulan	Jumlah (Kg)
September	988 kg
Oktober	1.118 kg
November	1.316 kg

Sumber : Pinarak 1 Wilayah Gowa 2022.

Dapat di lihat pada Tabel 1 bahwa produk nugget Perseroan Terbatas Ciomas Adisatwa di Pinarak 1 wilayah Gowa pada bulan September yaitu 988 Kg pada bulan Oktober 1.118 Kg pada bulan November meningkat menjadi 1.316 kg. Hal tersebut terkait dengan tingkat kepuasan pelanggannya menurut Pinarak 1 Wilayah Gowa (2022). Kepuasan pelanggan adalah factor penting yang menentukan peningkatan dan penurunan volume penjualan. Hal ini sesuai dengan pendapat Aisyah (2017) yang menyatakan bahwa nugget merupakan produk olahan siap saji yang telah berkembang dan di minati masyarakat luas, mulai dari anak-anak hingga kalangan lanjut usia. Nama nugget berasal dari bentuk nya, yang awalnya dahulu selalu di sajikan dalam bentuk persegi panjang. Kini dengan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pangan, produk nugget dapat di hidangkan dengan beragam bentuk dan variasi.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana tingkat kepuasan pelanggan produk nugget ayam pada PT. Ciomas Adisatwa Di Wilayah Pemasaran Gowa ?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan produk nugget ayam pada PT. Ciomas Adisatwa Di Wilayah Pemasaran Gowa.

### **Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai kegunaan antara lain :

1. Sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan dan seluruh pihak yang berkepentingan untuk pertimbangan pengambilan kebijakan Analisis Kepuasan Pelanggan Produk Nugget Ayam Pada PT. Ciomas Adisatwa Di Wilayah Pemasaran Gowa.
2. Sebagai bahan informasi bagi peneliti selanjut nya tentang Analisis Kepuasan Pelanggan Produk Nugget Ayam Pada PT. Ciomas Adisatwa Di Wilayah Pemasaran Gowa.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Tinjauan Umum Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya, berkembang untuk mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran dirancang untuk memberi arti melayani dan memuaskan kebutuhan konsumen yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan Perusahaan. Arti pemasaran sering disandarkan dengan penjualan, perdagangan atau distribusi, padahal istilah tersebut hanya salah satu bagian kegiatan pemasaran secara keseluruhan. Pemasaran produk peternakan merupakan suatu kesatuan urutan dari berbagai komponen pemasaran yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran untuk memperlancar aliran produk peternakan dari produsen awal sampai ke konsumen akhir (Ulus, 2013).

Kegiatan pemasaran perusahaan harus juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan. Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat mendasar sehingga tidak dapat di anggap sebagai fungsi yang terpisah ( seperti ketrampilan atau pekerjaan yang terpisah ) dalam bisnis, atau yang sejajar dengan bagian lain seperti produksi atau personalia. Pemasaran merupakan di mensi pusat dari seluruh pasar, yang di pandang oleh bisnis sebagai hasil dari pandangan konsumen (Ulus, 2013)

Pemasaran adalah kegiatan manusia dalam hubungan nya dengan pasar. Pemasaran maksud nya bekerja dengan pasar untuk mewujudkan transaksi yang

mungkin terjadi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Definisi pemasaran itu sendiri adalah proses social dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain ( Sumarwan, dkk., 2011)

Menurut Chandra (2002), strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, di antaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.

Pada umum nya, setiap perusahaan menganut salah satu konsep atau filosofi pemasaran yang di yakini perusahaan sebagai dasar dari setiap kegiatannya dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Seiring dengan perkembangan waktu, konsep-konsep pemasaran mengalami perkembangan. Perkembangan konsep pemasaran antara lain sebagai berikut (Tjiptono,2001) :

a. Konsep Produksi

Pemasaran yang berpegang pada konsep ini berorientasi pada prose produksi/operasi. Asumsi yang di yakini adalah konsumen hanya akan membeli produk-produk yang murah dan gampang di peroleh. Dengan

demikian, kegiatan organisasi harus di fokuskan pada efisiensi biaya (produksi) dan ketersediaan produk (distribusi) agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan.

b. Konsep Pemasaran Sosial

Pemasaran yang menganut konsep ini, beranggapan bahwa konsumen hanya bersedia membeli produk-produk yang mampu memuaskan kebutuhan dan keinginannya serta berkontribusi pada kesejahteraan lingkungan social konsumen. Tujuan aktivitas pemasaran adalah berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat, sekaligus memperbaiki hubungan antara produsen dan masyarakat demi peningkatan kesejahteraan pihak-pihak terkait.

**Kepuasan konsumen/Pelanggan**

Menurut Kotler (2000) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari kinerja dan harapan, jika kinerja di bawah harapan berarti pelanggan tidak puas maka perlu perbaikan pelayanan terhadap pelanggan dan jika kinerja memenuhi harapan berarti pelanggan amat puas dan senang.

Strategi yang dapat di padukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan antara lain :

1. Strategi pemasaran berupa Relation Ship Marketing yaitu strategi yang menggunakan transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual yang berkelanjutan tidak berakhir setelah penjualan selesai.
2. Strategi Superior customer service yaitu menawarkan penawaran lebih baik dari pada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan SDM yang handal dan usaha gigih tercipta suatu pelayanan yang superior.
3. Strategi penanganan keluhan yang efisien yaitu dengan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas. Prosesnya dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang membuat pelanggan tidak puas dan mengeluh.
4. Strategi peningkatan kinerja perusahaan meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan atau pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, salesmanship, dan public relation kepada pihak manajemen dan karyawan dalam melaksanakan tugasnya.
5. Menerapkan Quality Function Deployment (QFD) yaitu menerjemahkan apa yang dibutuhkan menjadi apa yang dibutuhkan organisasi. Hal ini disebabkan dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler (2000) terdapat beberapa timbulnya ketidakpuasan antara lain :

1. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan yang dialami

2. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
3. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
4. Promosi yang terlalu muluk, sehingga tidak sesuai dengan kenyataan.

Menurut Sangadji (2013), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa ril atau aktual dengan kinerja sesuai harapan.

### **Kualitas pelayanan**

Menurut Ambrawati (2004), kualitas adalah hasil atau taraf kesuksesan yang di capai seseorang dalam bidang pekerjaannya menurut kriteria tertentu dan di evaluasi oleh orang –orang tertentu terutama atasan pegawai yang bersangkutan. Sedangkan pengertian dari penilaian kinerja adalah menilai resio hasil kerja nyata dari standar kualitas maupun kuantitas yang di hasilkan setiap karyawan.

Pengertian pelayanan dalam kamus umum bahasa Indonesia, pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang di perlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Menurut Kotler (1997), pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat di tawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kusat mata, dan hasilnya tidak dapat di miliki oleh pihak lain tersebut. Lovelock (1980 ) berpendapat bahwa, pelayanan adalah aktivitas tambahan di luar tugas pokok ( *job description* ) yang di berikan kepada konsumen-pelanggan, nasabah dan sebagainya-serta di rasakan baik sebagai penghargaan atau penghormatan.

Hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler (2002) yaitu terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Oleh sebab itu, program peningkatan kualitas (quality improvement programs – QIPs) biasanya juga meningkatkan profitabilitas.

Jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat menghilang, lebih dapat di rasakan dari pada di miliki, serta pelanggan dapat berpartisipasi aktif dalam mengkonsumsi jasa tersebut (Arsimurti, 2013).

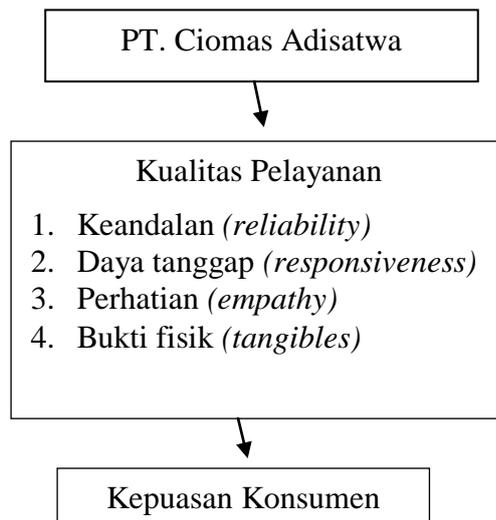
Menurut Zeithaml, dkk (1990) mengatakan bahwa pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk. Pemasaran jasa lebih bersifat intangible dan immaterial karna produk nya tidak kasat mata dan tidak dapat di raba, produk jasa di lakukan saat konsumen berhadapan dengan petugas sehingga di lakukan dengan segera, interaksi antara konsumen dan petugas adalah penting untuk mewujudkan produk yang di bentuk.

### **Kerangka Pikir**

Personal Ciomas Adisatwa merupakan perusahaan yang menyajikan produk nugget untuk dipasarkan. Agar dapat terus bertahan di perlukan suatu

strategi agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan kenyataan yang dirasakan konsumen dengan apa yang diharapkan. Jika konsumen merasa puas maka mereka akan senang dan biasanya akan melakukan pembelian kembali, sebaliknya jika konsumen tidak puas maka akan menimbulkan perasaan kecewa. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa hal namun yang terpenting adalah kualitas produk. Kualitas produk terdiri dari 5 dimensi, yaitu, (*Reliability*) (Keandalan), Tanggap *Responsiveness* (Daya), *Empathy* (Perhatian), *Tangible* (Bukti fisik).

Kerangka pikir penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir