

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. RICHESEE FACTORY PALEMBANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana



Diajukan Oleh:

NABILA SARI

NPM.20.01.11.0001

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI


2024

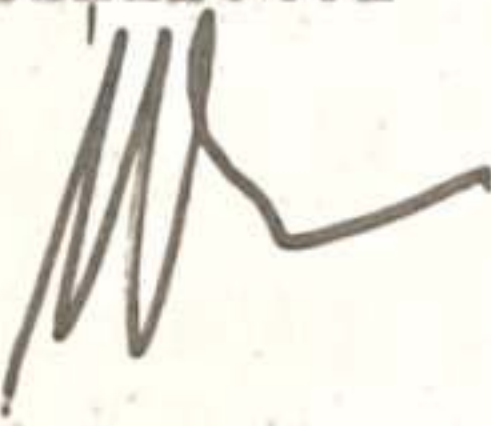
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nabila Sari
Nomor pokok/NIM : 20.01.11.00.01
Jurusan/prog.studi : Ekonomi/Manajemen
Jenjang pendidikan : Strata 1
Mata kuliah pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Potongan Harga
Terhada Kepuasan Pelanggan Pada PT Richesee Factory
Palembang

Pembimbing Skripsi

Tanggal.....3/4 2024.....Pembimbing I : 
Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, MM
NIDN: 0212116401

Tanggal.....3/4 2024.....Pembimbing II : 
Nur Effen, SE., M.M.
NIDN: 0220086501

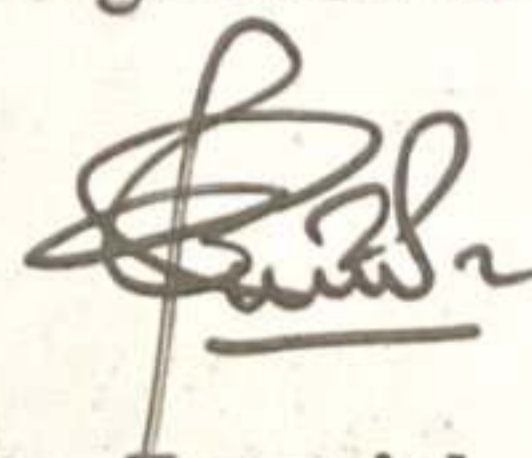
101 /PS/DFEB/ 24

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN: 0205026401


Mariyam Zanariah, SE, M.M.
NIDN: 0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI ...
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nabila Sari
Nomor pokok/NIM : 20.01.11.00.01
Jurusan/prog.studi : Ekonomi/Manajemen
Jenjang pendidikan : Strata 1
Mata kuliah pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Richesee Factory Palembang

Penguji Skripsi

Tanggal 4/4 2024 Ketua penguji : Dr.Ir.Hj.Yusro Hakimah,MM
NIDN: 0212116401

Tanggal 4/4 2024 Penguji I : Nur Effen.SE.,M.M,
NIDN: 0220086501

Tanggal 4/4 2024 Penguji II : Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN: 0222096301

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal: 4.4.2024



Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS

NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi Manajemen

Tanggal: 4.4.2024

Mariyam Zanariah, SE, M.M

NIDN: 0222096301

191 /PS/DFEB/24

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabila Sari
Nomor Pokok : 20.01.11.00.01
Angkatan : 2020
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Study : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)
Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Richesee Factory Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, Maret 2024



Nabila Sari

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Jangan bandingkan prosesmu dengan orang lain, lakukanlah segala sesuatu yang terbaik yang bisa kamu lakukan apapun hasilnya baik buruk yakinlah untuk mencapai sesuatu harus ada perjuangan terlebih dahulu dan tuhan akan membantumu memperlancar jalanmu untuk menjadi yang terbaik”

Kupersembahkan kepada:

- **(Alm) ayah & ibu tersayang**
- **Kakakku tersayang**
- **teman seperjuangan**
- **keluargaku**
- **almamaterku**

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat, Petunjuk, dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Selanjutnya skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen di Universitas Tridianti Palembang. Ini diberi judul:

“Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Richesee Factory Palembang”.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan kali ini Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr Ir H Edizal AE,MS.Selaku Rektor Universitas Tridianti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.M.Si.Ak.CA.CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Mariyam Zanariah SE,MM, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti.
4. Ibu Dr,Ir.Hj.Yusro Hakimah,MM Selaku pembimbing I yang telah membantu dalam memberikan bimbingan guna penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Nur Effen.SE.,M.M. Selaku pembimbing ke II yang telah membantu dalam memberikan bimbingan guna penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak Syaiful Sahri,SE.,M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bantuan dan Ilmunya selama masa Studi.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang, yang selama ini telah memberikan bantuan dan Ilmunya selama masa Studi.
8. Pimpinan dan seluruh karyawan/I yang ada pada PT Richesee Factory Sumpah Pemuda Palembang.
9. Kepada Orang Tua yang senantiasa memberikan Do'a dan semangat hingga sampai saat ini.
10. Teman-teman Angkatan 2020 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang semoga sukses kedepannya.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, penulis menyambut baik kritik serta saran dan sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia Pendidikan.

Palembang, Maret 2024

Penulis

Nabila Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
Latar Belakang	1
1.1. Perumusan Masalah.....	11
1.2. Tujuan Penelitian	12
1.3. Manfaat Bagi Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. Kajian Teoritis	14
2.1.1.1 Kepuasan Pelanggan	14

2.1.2.1 Dimensi kepuasan pelanggan	15
2.1.2.2 Indikator kepuasan pelanggan	16
2.1.2. Harga.....	16
2.1.2.4. Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga	17
2.1.2.5. Tujuan Menetapkan Harga	19
2.1.2.4. Dimensi Harga	20
2.1.2.5. Indikator Harga	21
2.1.2.6. Kualitas Pelayanan	22
2.1.2.7. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan.....	23
2.1.2.8. Dimensi Kualitas Pelayanan	23
2.1.2.9. Indikator Kualitas Pelayanan	24
2.1.3.0. Dimensi Potongan Harga	25
2.1.3.1. Tujuan Dan Manfaat Potongan Harga.....	26
2.1.3.2. Faktor Yang Mempengaruhi Potongan Harga.....	28
2.1.3.3. Indikator Potongan Harga	29
2.3. Penelitian Lain Yang Relevan.....	30
2.4. Kerangka Berpikir	33
2.5. Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian	36
3.1.1. Tempat Penelitian.....	36
3.1.2. Waktu Penelitian	36

3.2. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.2.1. Sumber Data.....	37
3.2.2. Teknik pengumpul Data	37
3.3. Populasi Dan Sampel.....	38
3.3.1. Populasi.....	38
3.3.2. Sampel.....	38
3.4. Rancangan Penelitian.....	40
3.5. Variabel Penelitian Dan Definisi Oprasional.....	40
3.5.1. Variabel Penelitian	40
3.5.2. Definisi Operasional Variabel	41
3.6. Instrumen Penelitian	45
3.6.1. Uji Validitas	46
3.6.2. Uji Reabilitas	47
3.7. Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1. Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.7.2. Analisis Koefisien Korelasi.....	49
3.7.3. Analisis Koefisien Determinasi.....	50
3.7.4. Uji Statistik T (Secara Persial).....	51
3.7.5. Uji Statistik F (Secara Simultan)	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	53
4.1.1. Sejarah PT. Richesee Factory.....	53

4.1.2. Visi Dan Misi	54
4.1.3 Struktur Organisasi	54
4.1.4. Tugas Dan Tanggung Jawab	55
4.1.5 Aktivitas Perusahaan.	56
4.2. Pembahasan	58
4.2.1. Deskripsi Profil Responden	58
4.2.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.3. Jumlah Responden Berdasarkan Umur	59
4.3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	60
4.3.1. Uji Validitas	60
4.3.2 Uji Reliabilitas	63
4.4. Teknik Analisis Data	65
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.	65
4.4.2 Analisis Koefisien Korelasi	67
4.4.3 Koefisien Determinasi	68
4.5 Uji Hipotesis Penelitian	69
4.5.1 Uji Parsial (Uji T).	69
4.5.2 Uji Simultan (Uji F)	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1.Data Potongan Harga PT. Richesee Factory	9
2.3.Penelitian Yang Relevan	30
3.1 Kegiatan Penelitian.....	36
3.5 Definisi Operasional	43
3.6 Skala Likert.....	46
3.7 Kriteria Reliabilitas.....	48
3.8 Interpretasi Nilai (r)	50
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	60
4.3 .Hasil Uji Harga (X1)	62
4.4 Hasil Uji Kualitas Pelayanan (X2)	62
4.5 Hasil Uji Potongan Harga (X3)	63
4.6 Hasil Uji Kepuasan Pelanggan (Y).....	64
4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
4.8. Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	66
4.9 Hasil Uji Koefisien Korelasi	68
4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
4.11 .Hasil Uji T.....	70
4.12 .Hasil Uji F	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.2 Kerangka Berfikir	35
4.2 Struktur Organisasi Richesee Factory	55

ABSTRAK

Nabila Sari Pengaruh Harga, Kualitas pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Richesee Factory Palembang (Di bawah bimbingan Ibu Dr.Ir.Hj.Yusro Hakimah,MM dan Ibu Nur Effen,SE.,M.M)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Richesee Factory memberikan peluang serta tantangan bagi bisnis baru terhadap perusahaan. perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan harga. Penelitian ini melalui pendekatan kualitatif dengan jenis studi lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner, populasi dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 14,550 orang sedangkan sampel nya dengan menggunakan analisis regresi berganda..

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Richesee Factory Palembang ditunjukkan dengan nilai sig t sebesar $0,011 < \alpha (0,05)$. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Richesee Factory Palembang hal ini ditunjukkan dengan nilai sig t sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Terdapat potongan harga terhadap PT. Richesee Factory Palembang hal ini ditunjukkan dengan nilai sig t sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Hasil uji F secara simultan terdapat pengaruh harga, kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Richesee Factory Palembang hal ini dengan nilai sig F sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$.

Hasil Uji dari penelitian ini Koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,647 atau 64,7% variabel harga, kualitas pelayanan dan potongan harga dapat dijelaskan atau terdapat pengaruh dengan loyalitas pelanggan sedangkan sisanya 35,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata Kunci: Harga, Kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan pelanggan

RIWAYAT HIDUP

Nabila Sari Dilahirkan di Palembang, Sumatera Selatan pada tanggal 11-juli-1999 dan keturunan asli Palembang merupakan anak ke empat dari pasangan Bapak Alm Arifin dan Ibu Hamida.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2011 di SD Negeri 83 Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan sekolah menengah pertama pada tahun 2014 di SMP Azharyah Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan sekolah menengah atas pada tahun 2017 di SMA Azharyah Palembang. Pada tahun 2020 penulis memasuki Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Richesee Factory merupakan sebuah restoran cepat saji yang dimiliki oleh PT Richesee Kuliner Indonesia, yang merupakan anak Perusahaan dari PT Kaldu Sari Nabati. Perusahaan memberikan peluang serta tantangan bagi bisnis baru terhadap perusahaan. Dengan demikian perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan loyalitas konsumen di tengah kondisi semakin tingginya tingkat persaingan bisnis lokal maupun global dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif agar mampu memenangkan persaingan di bisnis global. Untuk itu perusahaan harus selalu mempunyai strategi tidak hanya dalam mencapai kepuasan konsumen saja tetapi juga untuk tujuan Perusahaan.

Fenomena persaingan antar perusahaan yang ada telah membuat setiap perusahaan menyadari suatu kebutuhan untuk memaksimalkan aset-aset perusahaan demi kelangsungan perusahaan yang menghasilkan produk. Salah satu aset untuk mencapai keadaan tersebut adalah melalui merek. Merek berfungsi mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok penyaji dan membedakannya dari produk sejenis dari penyaji lain. Menurut Kotler and Keller (2016).

Menurut Kotler dan Amstrong (2017) dalam kondisi pasar yang kompetitif, preferensi dan loyalitas konsumen adalah kunci kesuksesan perusahaan. Beragam motivasi untuk membeli memainkan peranan kuat pada waktu dan

tempat. Saat ini para konsumen memberikan bobot yang lebih besar pada layanan, kualitas dan nilai dalam membuat keputusan pembelian. Dengan demikian agar dapat memenangkan persaingan akibat banyaknya produk sejenis dipasaran, setiap perusahaan harus meningkatkan brand image atau citra merek yang telah ada, sehingga meningkatkan *brand equity* produk di pasaran.

Cara terbaik untuk mendapatkan konsumen yang loyal pada persaingan yang semakin ketat ini adalah dengan memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu. Perusahaan yang sukses tentunya selalu mengutamakan kepuasan bagi konsumennya. Kepuasan konsumen akan datang dengan sendirinya bila produk/jasa yang dijual perusahaan sesuai atau bahkan melampaui apa yang diinginkan konsumen.

Harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk, jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu harga yang ditetapkan harus sesuai dengan performa yang diberikan agar tidak terjadi ketimpangan antara harga dengan kinerja perusahaan. Kemudian salah satu yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas yaitu kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudian pengoperasian dan reparasi produk juga produk lainnya.

Pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut., pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah

jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Menurut Untoro (2017),

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam, memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, ketepatan, pengoprasiaan dan reparasi produk serta atribut produk lainnya.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi tersebut, yaitu mendapatkan pelanggan yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan.

Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalaman mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pelanggan dari perusahaan tersebut Menurut Fandi, (2019). Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara apa yang diharapkan pelanggan (*customer expectation*) dengan apa yang diperoleh

Pelanggan (*perceived quality*)”Kotler and Philip (2016). Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh persepsi nilai, yaitu evaluasi menyeluruh dari kegunaan suatu produk yang didasari oleh persepsi pelanggan terhadap sejumlah manfaat yang akan diterima dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Selain

itu, kepercayaan pelanggan juga dipercaya merupakan unsur yang mendasar bagi keberhasilan hubungan. Tanpa adanya kepercayaan suatu hubungan tidak akan bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Dengan tercapainya kepuasan pelanggan dan kepercayaan, maka diharapkan akan tercapai loyalitas pelanggan untuk jangka Panjang. Zeithmal et al (2018).

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan kelekatan pelanggan pada suatu merek, toko, pabrikan, pemberi jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik seperti pembelian ulang.

Untuk menciptakan pelanggan yang loyal, diperlukan banyak upaya, mulai dari promosi penjualan hingga investasi finansial. Semua ini dilakukan untuk mempertahankan pelanggan pada suatu produk dan jasa. Adanya loyalitas pelanggan terjadi karena pelanggan memiliki perasaan puas terhadap apa yang dirasakan, kepuasan yang didasarkan pada Pengalaman hidup seseorang atau pekerjaan berhubungan dengan persepsi melalui perbandingan psikologis antara tindakan dan hasil yang diinginkan (Suryadi. 2020).

Menurut Risiko Putra dan Sri Suryoko (2017) yang meneliti tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan

sebagai variabel intervening, sedangkan penelitian ini mencoba menambah variabel kualitas produk.

Jadi jelas penelitian sekarang menambah variabel yaitu harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan Richeese Factory Sumpah Pemuda Palembang disebabkan karena banyak produk dan sering mengadakan promo serta adanya potongan harga dan Richeese Factory telah memiliki beberapa cabang di kota besar yang ada di Indonesia. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul.

“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. RICHESEE FACTORY PALEMBANG”

Pada saat ini, industri yang sedang bertumbuh dengan pesat di Indonesia adalah industri makanan dan minuman, salah satunya restoran. Tingginya tingkat pertumbuhan dari restoran yang ada ini tidak terlepas dari pendapatan masyarakat yang semakin meningkat. Selain pendapatan yang meningkat, perubahan gaya hidup masyarakat yang kini lebih menyukai makan di restoran karena dirasa lebih prestige juga turut membantu pertumbuhan restoran yang ada. Untuk dapat bertahan dalam persaingan, setiap restoran perlu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan minat beli ulang.

Untuk dapat bertahan di tengah maraknya persaingan, restoran-restoran harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan

Pembelian ulang dari konsumen sangat penting bagi kelangsungan usaha restoran terutama restoran cepat saji (fast food). Di tengah pertumbuhan dan juga persaingan diantara restoran cepat saji, diperlukan strategi jitu untuk memenangkan persaingan, Ketua Himpunan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia Budihardjo Iduansjah memperkirakan, bisnis restoran siap saji masih bisa tumbuh pada rentang 15%.

Richeese Factory (Richeese) hadir sebagai restoran cepat saji milik lokal, pertama kali dibuka di Paris Van Java mall, Bandung. Richeese merupakan milik PT. Kaldu Sari Nabati Indonesia yang terlebih dahulu dikenal sebagai perusahaan yang memproduksi wafer dengan krim keju serta berbagai produk wafer dengan krim keju pertama di Indonesia.

Richeese telah mendapatkan beberapa penghargaan pada tahun 2011-2013 penghargaan tersebut antara lain, Super brands, SWA Best Brand, MURI, Indonesia Best Packaging, dan Word of Mouth Marketing. Richeese merupakan restoran cepat saji milik lokal yang memiliki potensi sangat besar menjadi pesaing bagi restoran cepat saji lainnya. Novitasari dan Amelia (2016). Richeese kini memiliki 177 gerai di 30 kota besar di Indonesia Hampir di setiap perbelanjaan di Indonesia terdapat gerai restoran Restoran Richeese dengan menawarkan harga yang cukup terjangkau untuk semua kalangan.

Restoran cepat saji adalah restoran yang makanannya disajikan dalam waktu singkat, menu yang ditawarkan umumnya terbatas, dan Sebagian besar system pelayanannya berupa *self service by customer* (Yuliati, 1998, dalam Heryanti, 2009).

Salah satu restoran cepat saji di Indonesia adalah Richeese Factory yang didirikan oleh PT. Richeese Kuliner Indonesia. PT. Richeese Kuliner Indonesia adalah salah satu anak Perusahaan dari Nabati Grup yang baru berdiri selama 5 tahun. Dalam menjalankan bisnis Restoran cepat saji tersebut, PT Richeese Kuliner Indonesia mengedepankan service excellent untuk kepuasan customer-nya. Tujuan Richeese Factory adalah untuk membuat perbedaan dari bisnis restoran cepat saji pada umumnya, dengan menawarkan pengalaman dan kenikmatan keju dalam kebersamaan.

Pada tanggal 8 Februari 2011, PT. Richeese Kuliner Indonesia memulai pembukaan outlet pertamanya di mall Paris Van Java (PVJ) Bandung. Produk unggulan yang ditawarkan adalah ayam goreng yang dibaluri oleh saus barbeque dicampur dengan saus pedas berlevel 0-5 dan disajikan dengan saus keju celup. Total keseluruhan outlet sampai bulan September 2022 berjumlah 177 outlet yang tersebar di kota Bandung, Bekasi, Tangerang, Bogor, Jakarta, Cirebon, Tegal, Semarang, Surabaya, Palembang dan Bali. Total keseluruhan karyawan PT. Richeese Kuliner Indonesia adalah \pm 1000 orang. Target market utama dari PT. Richeese Kuliner Indonesia adalah laki-laki dan perempuan berusia 12-24 tahun dengan status siswa remaja dan mahasiswa, dan target kedua adalah keluarga.

Ada 7 departemen di PT. Richeese Kuliner Indonesia, yaitu departemen Operasional, Marcomm, HR, R&D, Finance&Accounting, QA/QC, SCM. Diantara ketujuh departemen tersebut, departemen operasional yang menjadi ujung tombak perusahaan. Fungsi departemen operasional adalah mengelola keseharian operasional outlet, perencanaan strategi bisnis dan sumber daya manusia untuk

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Setyaningrum, dkk. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Armstrong, & Kotler, P. (2017). Principles of Marketing. 17th red. New York.
- A.Zeithaml, V.A.and Berry, L.L. (2018). Servqual: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. Journal of Retailing, vol. 64 No, 1, pp. 12
- Ahmad Suryadi, S P. Teknologi Dan Media Pembelajaran Jilid I. CV Jejak (Jejak Publisher), 2020.
- Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish.
(Singapore: Maxwell Macmillan Internasional,1990),hal.203
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip, et al. 2016. "Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E)." Global Edition
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (13 Jilid 1)*. Erlangga.
- Lovelock dan Wright, 2017, *Principles of Service Marketing and Management*, 2nd edition, Prentice Hall.
- McCarthy, A. (2015). *500 Social Media Marketing Tips, Essential Advice, Hints, and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, YouTube, Instagram, LinkedIn, and More*. United States: CreateSpace Independent.
- Putra, Risiko & Suryoko Sri. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan pelanggan sebagai. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*: 174-183.
- Solomon, Michael R dalam N. Fatimah (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, Sixth Edition*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Tjiptono, Fandy. 2019. "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna, M. (2019). *Evaluating Website Repeat Usage Using Webqual 4.0: a Guide for ECommerce Business*. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 662
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset