

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP RESTORAN CEPAT SAJI  
CALIFORNIA FRIED CHICKEN (CFC) ULAK KARANG : KUALITAS  
PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN DAN LOKASI**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Ahli Madya*



**Oleh :**

**SITI NUR HADIYAH**

**16134102/2016**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN D III  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2019**

**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP RESTORAN SIAP SAJI  
CALIFORNIA FRIED CHICKEN (CFC) ULAK KARANG : KUALITAS  
PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN DAN LOKASI**

**Nama** : Siti Nur Hadiyah  
**NIM/TM** : 16134102/2016  
**Program Studi** : Manajemen Perdagangan (DIII)  
**Fakultas** : Ekonomi

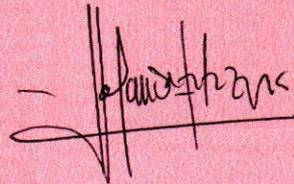
**Padang, 30 Juli 2019**

**Diketahui Oleh,  
Koordinator Program Diploma III  
Manajemen Perdagangan**



**Firman, SE, M.Sc**  
NIP. 19800206 200312 1 004

**Disetujui Oleh,  
Pembimbing Tugas Akhir**



**Yolandafitri Zulvia, SE, M.Si**  
NIP. 198612312015042002

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP RESTORAN SIAP SAJI  
CALIFORNIA FRIED CHICKEN (CFC) ULAK KARANG : KUALITAS  
PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN DAN LOKASI**

**Nama : Siti Nur Hadiyah**

**NIM/TM : 16134102/2016**

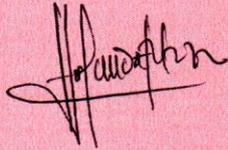
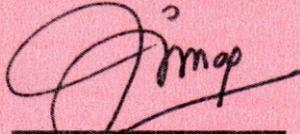
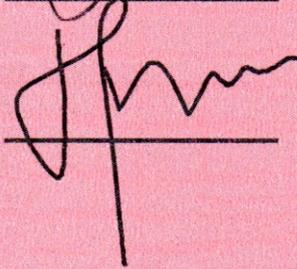
**Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)**

**Fakultas : Ekonomi**

*Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi  
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.*

**Padang, Agustus 2019**

**Tim Penguji**

<b>Nama</b>	<b>Tanda Tangan</b>
<b>1. Yolandafitri Zulvia, SE. MSi (Ketua)</b>	 _____
<b>2. Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D (Anggota)</b>	 _____
<b>3. Firman, SE, M.Sc (Anggota)</b>	 _____

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Nur Hadiyah  
Thn. Masuk /NIM : 2016/16134102  
Tempat/Tanggal Lahir : Padang/ 22 Mei 1997  
Program Studi : Diploma III  
Keahlian : Maajemen Perdagangan  
Alamat : Jalan Kesehatan No 102 RT/RW 03/09  
Kel. Batipuh Panjang, Kec. Koto Tengah  
Kota Padang.  
No. HP/Telp. : 0822 8376 2883  
Judul : Persepsi Konsumen Terhadap Restoran Siap Saji  
*California Fried Chicken* (CFC) Ulak Karang :  
Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Lokasi

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan Tinggi lain.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditanda tangan asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gear akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan berlaku.

Padang, 30 Juli 2019

Penulis



**Siti Nur Hadiyah**  
NIM. 16134102

## ABSTRAK

**Siti Nur Hadiyah** : **Persepsi Konsumen Terhadap Restoran Siap Saji *California Fried Chicken* (CFC) Ulak Karang : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Lokasi.**

**Dosen Pembimbing** : **Yolandafitri Zulvia, SE, M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai bagaimana persepsi konsumen terhadap restoran siap saji *California Fried Chicken* (CFC) cabang Ulak Karang yang dilihat dari kualitas produk, kepuasan konsumen dan lokasi. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif (*descriptive*) kuantitatif.. Tempat penelitian ini di *California Fried Chicken* (CFC) cabang Ulak Karang yang beralamat di Jalan S. Parman nomor 143. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen CFC Ulak Karang. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari *website* perusahaan dan jurnal terkait.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Persepsi konsumen terhadap kualitas produk di CFC Ulak Karang mendapatkan mean 60,1 berada pada kategori cukup, namun konsumen kurang setuju dengan harga yang diterapkan konsumen yang diterapkan oleh pihak CFC yang tidak sesuai dengan kualitas makanan. (2) Persepsi konsumen terhadap kepuasan di CFC Ulak Karang mendapat *mean* 9,44 berada pada kategori cukup, namun dilihat dari rasa makanan yang disajikan konsumen menyatakan kurang puas. (3) Persepsi konsumen dilihat dari lokasi sekarang mendapatkan *mean* 31,5 berada pada kategori cukup baik. Konsumen yang tidak setuju dengan harga yang disajikan oleh pihak CFC Ulak Karang membuat konsumen beralih ke restoran siap saji lainnya Hal itu mengakibatkan menurunnya penjualan CFC setiap tahun.

Untuk mengatasi hal tersebut pihak CFC perlu mengevaluasi kembali terhadap harga yang diterapkan dengan kualitas produk yang disajikan, agar penjualan CFC kembali mengalami peningkatan

**Kata Kunci : Persepsi Konsumen, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Lokasi**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Persepsi Konsumen Terhadap Restoran Siap Saji *California Fried Chicken* (CFC) Ulak Karang : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Lokasi”**. Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan Tugas Akhir ini terima kasih kepada Ibu Yolandafitri Zulvia, S.E. M.Si. selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran serta nasehat dalam berbagai hal terutama dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Yolandafitri Zulvia, S.E. M.Si, selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan serta nasehat.
2. Bapak Firman, SE, M.Sc selaku ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

4. Bapak dan Ibu dosen, Staf pengajar dan Karyawan program studi DIII FE UNP yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis selama diperkuliahan.
5. Ibu Sandra selaku pihak dari CFC Ulak Karang. Beserta karyawan dan karyawan yang berada di CFC Ulak Karang yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan informasi untuk Tugas Akhir penulis.
6. Teristimewa untuk Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan selama penulis kuliah hingga penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Teman-teman program studi DIII FE UNP khususnya Manajemen Perdagangan angkatan 2016 yang sama-sama berjuang dan memberikan banyak motivasi, saran serta dukungan yang sangat berguna bagi penulis.
8. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga segala bimbingan, bantuan, dan motivasi yang telah diberikan menjadi amal kebaikan dan mendapat balasan yang sesuai dari Tuhan Yang Maha Esa, Amin. Dengan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan kesempurnaan penelitian tugas akhir di masa mendatang.

Padang, 30 Juli 2019

Siti Nur Hadiyah

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Pembatasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
A. Persepsi Konsumen .....	8
1. Pengertian Persepsi Konsumen .....	8
2. Proses Persepsi .....	9
3. Syarat Terjadinya Persepsi.....	11
4. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	14
B. Produk.....	18
1. Pengertian Produk .....	18
C. Kualitas Produk .....	23
1. Pengertian Kualitas Produk.....	23
2. Alasan Memproduksi Produk Berkualitas .....	24
3. Dimensi Kualitas Produk.....	26
D. Kepuasan Konsumen .....	27

1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	27
2. Indikator Kepuasan Konsumen .....	30
E. Lokasi .....	31
1. Pengertian Lokasi.....	31
2. Indikator Lokasi .....	31
<b>BAB III PENDEKATAN PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
A. Bentuk Penelitian .....	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
1. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	33
2. Waktu Penelitian .....	33
C. Rancangan Penelitian.....	33
1. Jenis Penelitian.....	34
2. Tahapan Penelitian .....	34
3. Objek Penelitian .....	35
4. Jenis dan Sumber Data .....	35
5. Instrumen Penelitian.....	36
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
1. Populasi .....	37
2. Sampel.....	37
E. Definisi Operasional.....	39
F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	39
1. Uji Validitas .....	39
2. Uji Reliabilitas.....	40
G. Teknik Analisis Data.....	41
1. Verifikasi Data .....	41
2. Menghitung Nilai Jawaban.....	41

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	44
1. Sejarah California Fried Chicken Cabang Ulak Karang .....	44
2. Logo California Fried Chicken .....	46
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	46
a. Visi .....	46
b. Misi .....	46
4. Struktur Perusahaan.....	47
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	49
C. Demografi Responden.....	50
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
3. Berdasarkan Pekerjaan .....	52
4. Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
D. Hasil Pengolahan Data.....	53
E. Pembahasan .....	62
1. Persepsi Konsumen terhadap CFC Ulak Karang dilihat dari Kualitas Produk.....	62
2. Persepsi Konsumen terhadap CFC Ulak Karang dilihat dari Kepuasan Konsumen .....	64
3. Persepsi Konsumen CFC Ulak Karang dilihat dari Lokasi .....	65
 <b>BAB V PENUTUP .....</b>	 <b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran .....	67
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>69</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1. Top <i>Brand</i> Indeks Kategori Restoran Cepat Saji 2015-2017.....	2
Tabel 2. Daftar Jawaban Pertanyaan Berdasarkan Indikator Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Lokasi Provinsi Sumatera Barat .....	37
Tabel 3. Hasil Uji Validitas .....	50
Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 8. Karakteristik Responden Tingkat Pendidikan.....	53
Tabel 9. Hasil Pengolahan Data .....	55
Tabel 10. Distribusi Jawaban Responden.....	56
Tabel 11. Distribusi Jawaban Responden.....	59
Tabel 12. Distribusi Jawaban Responden.....	60

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1. Data Penjualan <i>Fastfood</i> di Kota Padang .....	3
Gambar 2. Prinsip-Prinsip Organisasi Pengelompokkan Perseptual .....	11
Gambar 3. Logo <i>California Fried Chicken</i> .....	46
Gambar 4. Struktur Organisasi .....	47

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Surat Penelitian
- Lampiran 3. Balasan Surat Penelitian

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pada masa sekarang ini, kecepatan dan kemudahan dalam memperoleh suatu produk merupakan hal yang sangat dicari dan dibutuhkan oleh setiap pelanggan, tidak terkecuali dalam membeli sebuah makanan. Pada zaman sekarang ini, para pelanggan lebih menyukai untuk membeli makanan cepat saji tanpa harus memasak sendiri dirumah. Menurut penelitian (Lantuka, 2017) hasil analisis terbaru atas survei Master Card, bertajuk *Consumer Purchasing Priorities*, sebanyak 80% orang Indonesia memilih untuk bersantap di outlet cepat saji, diikuti oleh pusat jajanan atau *food court* yang menempati urutan kedua dengan 61% dan restoran atau kafe kelas menengah sebanyak 22%. Adanya kebutuhan dan keinginan para pelanggan tersebut maka para pelaku bisnis yakni pengusaha menjadikan peluang untuk membuka rumah makan atau restoran cepat saji baik yang berasal dari dalam negeri maupun restoran waralaba dari luar negeri.

Makanan cepat saji atau biasa yang disebut *fastfood* merupakan favorit semua orang. Hampir semua kalangan bisa menikmati makanan cepat saji ini. Mahasiswa merupakan salah satu kalangan yang menyukai dan rata-rata pernah dan bahkan sering mengonsumsi *fastfood* ini. Hal tersebut dikarenakan cepat dan mudah didapat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh *Health Education Authority*, usia 15-34 tahun adalah konsumen terbanyak yang memilih makanan cepat saji (Kuncahyaningtyas, 2016). Keadaan tersebut adalah golongan pelajar

dan mahasiswa /golongan muda yang mana masih memiliki banyak aktivitas fisik yang dilakukan.

*California Fried Chicken* (CFC) adalah restoran cepat saji yang menghasilkan ayam. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1983 di Jakarta. Restoran cepat saji CFC saat ini sudah tersebar di seluruh Indonesia, termasuk di Kota Padang Sumatera Barat. Hingga saat ini, CFC memiliki lebih dari 180 gerai di seluruh Indonesia. Keberadaan berbagai macam *fast food* seperti Kentucky Fried Chicken (KFC), Mc Donald's (McD), A&W, Texas Chicken dan serta Hoka-Hoka Bento menuntut CFC harus terus bersaing untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak. Seperti yang dipaparkan oleh (Puspitasari, 2018) yang menunjukkan ketatnya persaingan antara restoran cepat saji di Indonesia dalam kurun waktu tiga tahun berdasarkan Top Brand Award pada tahun 2017 dibawah ini.

**Tabel 1. Top Brand Indeks Kategori Restoran Cepat Saji 2015 - 2017**

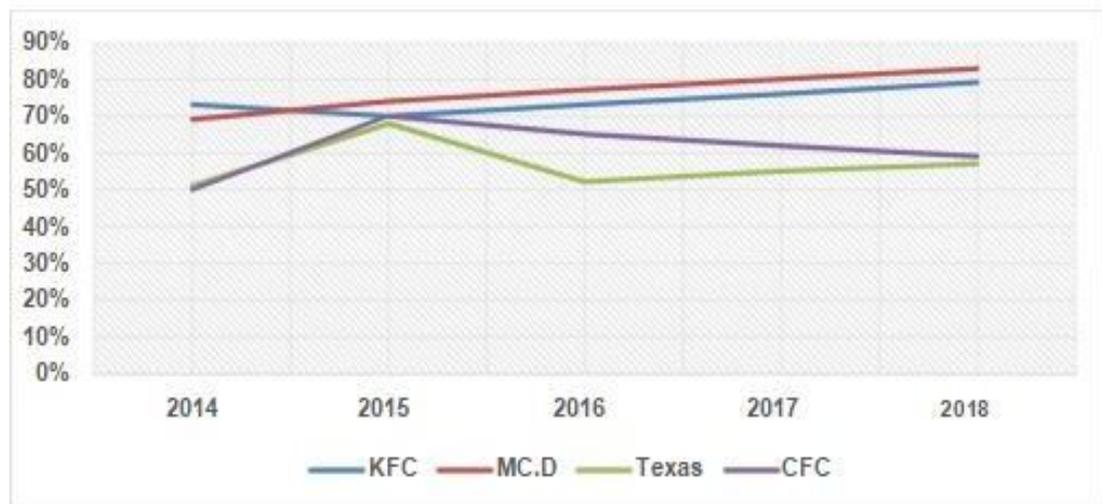
No	Merek	2015	2016	2017	TOP
1	KFC	59.3%	63.9%	60.4%	TOP
2	Mc Donald's	17.5%	18.6%	19.0%	TOP
3	Hoka - Hoka Bento	4.1%	2.5%	3.7%	
4	A&W Restoran	7.1%	2.6%	2.9%	
5	California Fried Chicken	-	2.0%	2.7%	

Sumber:Puspitasari (2018)

Berdasarkan tabel di atas Indeks kedudukan puncak dipegang oleh KFC dengan persentase 60.4% yang menguasai pangsa pasar restoran cepat saji di Indonesia dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Sementara itu CFC menempati urutan terakhir dengan persentase 2.7%. Fenomena ini juga ditemukan pada setiap

cabang CFC yang ada di Kota Padang yaitu kurangnya minat kunjung konsumen dari waktu ke waktu. Hal ini dipaparkan oleh (Trinanda, 2019) yang dapat ditunjukkan dalam grafik 1 data penjualan *fastfood* di Kota Padang tahun 2014 - 2018, sebagai berikut :

**Gambar 1. Data penjualan *Fastfood* di Kota Padang**



Sumber : Trinanda (2019)

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa penjualan *fastfood* di Kota Padang pada tahun 2014 - 2018 mengalami fluktuasi dan peningkatan secara signifikan. Akan tetapi, *fastfood* merek CFC mengalami penurunan dari tahun ke tahun, yaitu pada tahun 2015 - 2018. Pada tahun 2015 penjualan mencapai 70% kemudian menurun sebanyak 5% menjadi 65% tahun 2016. Pada tahun 2017 penjualan menurun lagi sebanyak 3% menjadi 62% dan tahun 2018 menurun sebanyak 3% menjadi 59%. Hal ini menunjukkan bahwa berkurangnya konsumen yang mengonsumsi CFC di Kota Padang.

Menurut penelitian yang dilakukan (Wahyuni, 2015), bahwa kecenderungan penduduk Kota Padang makan di restoran cepat saji masih dinilai memiliki nilai sosial atau gengsi tersendiri, yang mampu mengangkat kesan akan

status dirinya. Selain hanya dijadikan tempat nongkrong, restoran cepat saji juga sering dimanfaatkan untuk pengadaan acara ulang tahun, syukuran, sambil rekreasi dan sebagainya. Oleh karena itu, semakin baik kenyamanan dan pelayanan yang diberikan di restoran cepat saji akan semakin tinggi minat konsumen terhadap restoran tersebut.

Tidak hanya dari segi kenyamanan dan pelayanan saja, dalam menghadapi persaingan yang ketat saat ini kontrol kualitas produk yang baik beserta sarana penunjang lainnya telah disadari betul oleh pengelolanya dengan harapan menarik minat pembeli potensial maupun aktual. Kemampuan manajemen untuk meletakkan posisi melalui atribut produk yang sesuai dengan pasar merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan suatu produk di pasaran. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Musmedi, 2017), yang menyatakan bahwa salah satu keberhasilan bisnis restoran banyak ditentukan oleh kualitas makanan. Menurut (Musmedi, 2017) kualitas produk (*produk quality*) merupakan karakteristik produk yang bergantung pada kemampuan produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan. Seperti halnya fenomena yang terjadi di masyarakat kota Padang bahwa kualitas makanan yang bagus cenderung lebih diminati konsumen dibanding dengan makanan dengan kualitas yang biasa, begitu juga halnya yang terjadi di restoran siap saji California Fried Chicken. Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan pelanggan, maka akan menyebabkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula (Bilqies, 2016).

Menurut (Irawan, 2013) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya

terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan. Dalam kondisi persaingan yang ketat, kepuasan konsumen adalah indikator untuk meningkatkan penjualan dengan konsumen yang membeli CFC secara berulang. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan (Trinanda,2019) jumlah masyarakat kota Padang yang tidak puas dengan produk yang disajikan CFC adalah sebanyak 93%. Hal tersebut terlihat dilapangan bahwa restoran siap saji CFC Ulak Karang sepi pengunjung. Dalam hal ini restoran siap saji CFC Ulak Karang harus selalu memperhatikan kebutuhan konsumen dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Selain kualitas produk dan kepuasan konsumen, lokasi adalah salah satunya faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen. Menurut (Tarinda, 2018) menyatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen dapat diukur dari seberapa strategis lokasi dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. *California Fried Chicken* (CFC) Ulak Karang beralamat di Jalan S. Parman No. 143 berdekatan dengan daerah perkantoran dan kampus Universitas Bung Hatta. Mesti terletak pada lokasi yang strategis CFC harus tetap memperhatikan pesaingnya yang berada di sekitar Ulak Karang. Menurunnya peminat CFC dan beralihnya konsumen ke merek lain terlihat dari penelitian yang dilakukan oleh (Trinanda, 2016) yaitu sebanyak 79%. mengharuskan pihak CFC untuk lebih memperhatikan pesaingnya dengan baik.

Pentingnya sebuah persepsi seseorang terhadap suatu produk atau jasa tentunya dapat menentukan citra produk atau jasa tersebut di masyarakat. Baik buruknya persepsi merupakan proses perlakuan seseorang terhadap objek atau informasi yang diterima melalui pengamatan dengan menggunakan indra yang

dimiliki. Proses persepsi ini berkaitan pemberian arti atau makna serta menginterpretasi objek yang diamati. Objek dari tugas akhir ini adalah CFC, penulis melakukan wawancara terhadap 5 konsumen sebagai sampel yang mengkonsumsi makanan cepat saji di CFC Ulak Karang. Terdapat 3 dari 5 konsumen merasa perlu adanya perbaikan terhadap kualitas produk, kepuasan konsumen dan lokasi restoran.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, maka dalam penulisan Karya Tulis Tugas Akhir ini penulis mengangkat judul “**Persepsi Konsumen Terhadap Restoran Waralaba *California Fried Chicken* (CFC) Ulak Karang : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Lokasi**”.

#### **B. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut karena keterbatasan waktu, dana, tenaga, dan pengetahuan penelitian, maka penelitian ini dibatasi pada CFC Ulak Karang, Kota Padang.

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan yang diuraikan penulis di atas, maka untuk memudahkan dalam menyelesaikan permasalahan yang menjadi dasar dalam penulisan ini, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “**Bagaimana persepsi konsumen terhadap restoran waralaba *California Fried Chicken* (CFC) Ulak Karang berdasarkan kualitas produk, kepuasan konsumen dan lokasi ?**