

Analisis Komparasi Pelayanan *Delivery Order*, *Drive Thru Strategy* Dan Minat Beli Konsumen Pada Mc Donald's Dan Kfc Surabaya

M Wildan Anfasa Firdaus¹, Agung Pujiyanto², Ign Anom Maruta³.

^{1,2,3}Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

muhammadwildan707@gmail.com¹, agung@untag-sby.ac.id², anommaruta@untag-sby.ac.id³

Abstract

The purpose of this study was to determine the difference between Delivery Order Services at the Mc Donalds and KFC business units, in Mulyosari Surabaya, to determine the differences in Drive Thru Strategy at the Mc Donalds and KFC business units, in Mulyosari Surabaya, to determine the differences in consumer buying interest in the unit. Mc Donalds and KFC businesses, in Mulyosari Surabaya. This type of research uses comparative research using a quantitative approach. The number of samples used as many as 96 respondents consisting of 48 respondents Mc Donalds and 48 respondents KFC. The results showed that in the Service Delivery Order variable, the results of the analysis showed that there was no difference in the Delivery Order Service at the Mc Donalds and KFC business units, in Mulyosari Surabaya. then for the Drive Thru Strategy from the results obtained, it can be explained that there is no difference in the Drive Thru Strategy in the Mc Donalds and KFC business units, in Mulyosari Surabaya. Meanwhile, the results obtained on the Consumer Purchase Interest variable, which means that there is no difference in Consumer Buying Interest at Mc Donalds and KFC, in Mulyosari Surabaya.

Keywords : *Delivery Order Service, Drive Thru Strategy, Consumer Buying Interest*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan dari Pelayanan Delivery Order pada unit bisnis Mc Donalds dan KFC, di Mulyosari Surabaya, untuk mengetahui perbedaan Drive Thru Strategy pada unit bisnis Mc Donalds dan KFC, di Mulyosari Surabaya, untuk mengetahui perbedaan Minat Beli Konsumen pada unit bisnis Mc Donalds dan KFC, di Mulyosari Surabaya. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian Komparatif menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 responden terdiri dari 48 responden Mc Donalds dan 48 Responden KFC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel Pelayanan Delivery Order hasil analisis tidak ada perbedaan Pelayanan Delivery Order pada unit bisnis Mc Donalds dan KFC, di Mulyosari Surabaya. kemudian untuk Drive Thru Strategy dari hasil yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa tidak ada perbedaan Drive Thru Strategy pada unit bisnis Mc Donalds maupun KFC, di Mulyosari Surabaya. Sementara itu pada variabel Minat Beli Konsumen diperoleh hasil yang artinya bahwa tidak ada perbedaan Minat Beli Konsumen pada Mc Donalds dan KFC, di Mulyosari Surabaya

Kata kunci : Pelayanan Delivery Order, Drive Thru Strategy, Minat Beli Konsumen

Pendahuluan

McDonald's dan KFC adalah bisnis makanan terbesar didunia. Meskipun mempunyai sedikit persamaan dalam produknya, tetapi McDoland's dan KFC memiliki perbedaan dalam melakukan strateginya. Agar mendapatkan data jumlah mobilitas pelanggan, peneliti melakukan pengamatan dengan datang langsung ke lokasi restoran, peneliti memilih restoran

yang berada di jalan Mulyosari Surabaya, karena kedua posisi restoran berada berdekatan dan langsung bersebelahan. Dari hasil pengamatan peneliti, terdapat perbedaan jumlah mobilitas pelanggan yang datang dalam menggunakan jenis pelayanan yang disediakan kedua unit bisnis Mc Donalds dan KFC. Jika diamati dari kondisi diatas kedua perusahaan tersebut mempunyai keinginan kuat untuk bersaing pada bidang pelayanan untuk meningkatkan minat beli konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik melakukan analisis komparasi dengan mengambil judul **“ANALISIS KOMPARASI PELAYANAN DELIVERY ORDER, DRIVE THRU STRATEGY DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA MC DONALD’S DAN KFC SURABAYA (Studi Kasus Pada Mc Donald’s Mulyosari Surabaya Dan KFC Mulyosari Surabaya)”**

Metode Penelitian

Menurut metodenya penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berbasis pada filsafat positivisme, yang mana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang umumnya pengambilan sampelnya dilakukan secara random, dan data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, lalu dianalisis secara kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan **Sugiyono** (2009: 14). Analisis yang digunakan adalah analisis komparasi (Perbandingan).

Dalam penelitian ini penulis akan berusaha mengkomparasikan beberapa variabel yang menjadi fokus amatan yaitu variabel Pelayanan Delivery Order, Drive Thru Strategy Dan Minat Beli Konsumen. Populasi yang di ambil dalam penelitian ini, adalah pembeli produk Mc Donald’s dan KFC di Mulyosari Surabaya. Teknik pengambilan sampling dengan menggunakan metode pengambilan data *non-probability* sampling (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan jenis *Purposive Sampling*, dan hasil di analisis dengan menggunakan Uji T Independen

Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
Pelayanan Delivery Order	Equal variances assumed	.059	.809	.631	94	.530	.271	.430	-.582	1.124
	Equal variances not assumed			.631	93.979	.530	.271	.430	-.582	1.124
Drive Thru Strategy	Equal variances assumed	.017	.896	.289	94	.773	.104	.361	-.612	.821

	Equal variances not assumed			.28 9	93. 532	.773	.104	.361	-.612	.821
Minat Beli Konsumen	Equal variances assumed	.774	.381	- .81 1	94	.420	-.333	.411	-1.150	.483
	Equal variances not assumed			- .81 1	93. 287	.420	-.333	.411	-1.150	.483

Uji Beda Varian

- Hasil Analisis Pelayanan Delivery Order pada Mc Donalds dan KFC
Berdasarkan hasil analisis diatas, t hitung menunjukkan nilai sebesar 0,631 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,661. Artinya Ho diterima tidak ada perbedaan yang signifikan antara Pelayanan Delivery Order pada Mc Donalds dan KFC di Mulyosari Surabaya. Hal ini didukung oleh nilai signifikasinya 0,530 diatas 0,05
- Hasil Analisis Drive Thru Strategy pada Mc Donalds dan KFC
Pada hasil uji T Drive Thru menunjukkan bahwa nilai T Hitung sebesar 0,289 lebih kecil dari nilai T Tabel sebesar 1,661. Hal ini dapat dijelaskan bahwa Ho diterima artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara Pelayanan Drive Thru pada Mc Donalds dan KFC di Mulyosari Surabaya. Hal ini didukung oleh nilai signifikasinya sebesar 0,773 diatas 0,05
- Hasil Analisis Minat Beli Konsumen pada Mc Donalds dan KFC
Untuk hasil uji t pada variabel Minat Beli Konsumen menunjukkan bahwa nilai T hitung sebesar -0,811 lebih kecil dari T tabel 1,661. Artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara Minat Beli Konsumen pada Mc Donalds dan KFC di Mulyosari Surabaya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis Ho diterima, hal ini di dukung dengan nilai signifikasi sebesar 0,420 lebih besar dari 0,05.

Pembahasan

Pelayanan Delivery Order Pada Mc Donalds dan KFC di Mulyosari Surabaya

Berdasarkan hasil Analisis Statistik pada pelayanan Delivery Order, hasil jawaban responden menunjukkan bahwa Ho Diterima yang artinya Tidak ada perbedaan yang signifikan Delivery Order pada franchising Mc Donald's dan KFC, Di Mulyosari Surabaya karena kedua responden Mc Donalds maupun KFC keduanya memberikan respon positif. Hal ini dibuktikan pada analisis deskripsi bahwa tidak ada perbedaan jawaban responden, untuk pernyataan jawaban terkuat pada keduanya yaitu "Delivery Order dalam pengiriman selalu tepat pada alamat rumah pelanggan yang memesan." kedua responden Mc Donalds maupun KFC keduanya memberikan jawaban sangat setuju, hal ini karena pada Pelayanan Delivery Order pada Mc Donalds memberikan pengalaman kepada kurir dengan keahlian yaitu mengenal daerah seluruh wilayah Surabaya sehingga tidak terjadi kesalahan dalam pengiriman sedangkan KFC untuk pelayanan kurir diberikan GPS sehingga meminimalisir kesalahan alamat dalam pengiriman, sehingga dari pelayanan terbaik dari kedua layanan unit bisnis membuat konsumen memberikan jawaban yang baik pada pernyataan tersebut

Drive Thru Strategy Pada Mc Donalds dan KFC di Mulyosari Surabaya

Pada hasil Analisis Statistik pada Drive Thru Strategy, menunjukkan bahwa Ho Diterima yang artinya Tidak ada perbedaan yang signifikan Drive Thru Strategy pada franchising Mc Donald's dan KFC, Di Mulyosari Surabaya. Kedua responden menunjukkan respon yang sama sama baik, Hal ini di buktikan pada analisis deskripsi bahwa tidak ada

perbedaan jawaban responden, artinya kedua responden dalam dua unit bisnis itu sepakat dengan pernyataan “Drive Thru dalam memberikan layanan pada konsumen Drive Thru, tepat dan sesuai dengan pesanan.” Berdasarkan pernyataan tersebut karena pada pelayanan Drive Thru Strategy Mc Donalds memberikan karyawannya teknologi digital untuk mendata pesanan dari konsumen sehingga meminimalisir kesalahan dalam pemesanan, tetapi pada KFC agar tidak terjadi kesalahan diberikan beberapa paket menu dengan harga yang murah, dengan menggunakan paket menu membuat karyawannya tidak kebingungan dalam pesannya sehingga membuat pesanan menjadi sesuai, dengan alasan ini membuat kedua responden memberikan hasil yang baik pada kedua pernyataan

Minat Beli Konsumen Pada Mc Donalds dan KFC di Mulyosari Surabaya

Selanjutnya untuk hasil Analisis Statistik pada Minat Beli Konsumen, hasil menunjukkan bahwa Ho Diterima yang artinya Tidak ada perbedaan yang signifikan Minat Beli Konsumen pada franchising Mc Donald’s dan KFC Di Mulyosari Surabaya. Tetapi terdapat perbedaan berdasarkan tabel rekapitulasi jawaban responden, untuk Mc Donalds pernyataan terbaik terdapat pada “Saya selalu berusaha mencari informasi terkait dengan produk produk yang ditawarkan.” Hal ini karena Mc Donalds memberikan strategi ketepatan dalam pengiriman dan kesesuaian pesanan yang baik bagi konsumen, sementara itu untuk KFC pernyataan terbaik yaitu pada pernyataan “Saya bersedia untuk merekomendasikan pengalaman membeli produk kepada orang lain.” Karena pada KFC dalam pengirimannya selalu tepat pada alamat yang dituju dan memberikan beberapa menu yang baik dan sesuai dengan pesanan pada konsumen.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Dari hasil analisis komparasi yang penulis lakukan pada dua unit bisnis ini terutama pada Pelayanan Delivery Order, Drive Thru Strategy dan Minat Beli Konsumen dapat dijelaskan sebagai berikut. Dilihat dari karakteristik jenis kelamin pada Mc Donalds sebagian besar yang mengisi kuesioner ini adalah jenis kelamin perempuan sedangkan pada KFC Sebagian besar yang mengisi kuesioner adalah laki laki. .Dilihat dari latar belakang usia rata rata mayoritas konsumen Mc Donalds berusia 21-30. pada KFC rata rata usia konsumen berusia 31-40. Sementara jika dilihat dari tingkat pekerjaan pada Mc Donalds mayoritas konsumen disana adalah karyawan swasta sedangkan pada KFC mayoritas konsumen disana adalah pelajar.

Berdasarkan hasil analisis dan bahasan kedua unit bisnis, dapat penulis simpulkan sebagai berikut. Dari variabel pelayanan Delivery Order menurut hasil yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa tidak ada perbedaan pada Pelayanan Delivery Order dari unit bisnis Mc Donalds dan KFC di Mulyosari Surabaya. Pada variabel Drive Thru Strategy berdasarkan analisis yang didapat dari kedua unit bisnis hasil menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan pada Drive Thru Strategy dari unit bisnis Mc Donalds dan KFC. Untuk variabel Minat Beli Konsumen dari hasil statistik yang diperoleh, dapat dijelaskan bahwa tidak ada perbedaan mengenai Minat Beli Konsumen dari unit bisnis Mc Donalds maupun KFC.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan sebagai hasil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan Mc Donalds dan KFC untuk Pelayanan Delivery Order diharapkan untuk mempertahankan ketepatan dalam pengiriman, Untuk variabel Drive Thru Strategy pada kedua unit bisnis harus mempertahankan kesesuaian pesanan agar tidak terjadi kesalahan dalam pemesanan.
2. Kemudian diharapkan pada Delivery Order pada unit bisnis Mc Donalds dan KFC untuk meningkatkan keakuratan pesanan agar pengiriman tepat pada waktunya..

sedangkan untuk Drive Thru Strategy pada Mc Donalds diharapkan untuk memperbaiki kejernihan suara speaker suara agar bisa mudah di dengar oleh pelanggan, untuk KFC disarankan memperbaiki Papan menu agar dapat mudah dilihat oleh pelanggan.

3. Bagi penelitian selanjutnya penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi, namun diharapkan bahwa penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan pelayanan, sehingga penelitian mengenai studi komparasi mengenai pelayanan-pelayanan pada unit bisnis kuliner dapat seluruhnya diteliti dan dibahas untuk menambah wawasan informasi bagi seluruh peneliti maupun pembaca.

Daftar Pustaka

- Burhanuddin, N. H. (2018). STRATEGI PEMASARAN MAKANAN KHAS TRADISIONAL DI KECAMATAN WOTU. In *DINAMIS-Journal of Islamic Management and Bussines* (Vol. 1, Issue 2).
- Coanto, V. V., Novaria, R., & Pujiyanto, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Fasilitas terhadap Minat Beli Konsumen. (Studi Kasus Pada Kedai The Cowboy Burger Surabaya)*.
- Mujiburrahmad, Akhmad Baihaqi, Dimas Sariyanto, & Elvira Iskandar. (2020). *MINAT MASYARAKAT TERHADAP USAHA DELIVERY ORDER PRODUK PERTANIAN DI KOTA BANDA ACEH (Public Interest For The Business Of Delivery Order Of Agriculture Products In Banda Aceh City)* (Vol. 16, Issue 1).
- Sholihah Mar'atus. (2018). *ANALISIS KEANDALAN SISTEM PADA LAYANAN DRIVE THROUGH DAN COUNTER SERVICE*. 18(2), 23–38.