

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan ekonomi dan perubahan taraf hidup berdampak pada pola atau gaya hidup secara luas. Salah satu contoh dari dampak tersebut dapat dilihat dari cara masyarakat memilih menu makanan, terutama bagi mereka yang tinggal dan bekerja di perkotaan. Aktivitas yang padat menjadikan mereka, terutama para pekerja kantoran atau mereka yang lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih memilih cara instan agar perutnya tetap terisi. Dengan banyaknya menu makanan yang ditawarkan, membuat bisnis makanan sangat baik berkembang di daerah perkotaan, hal ini dibuktikan dengan banyaknya bisnis-bisnis usaha bidang makanan yang ada saat ini.

Di Indonesia sekarang ini banyak terdapat bisnis usaha bidang makanan, hal ini ditunjukkan dengan munculnya berbagai macam produk makanan yang berasal dari luar negeri, bisnis makanan ini berupa bisnis *franchise*, adapun asal negara dari produk-produk makanan *franchise* yang ada di Indonesia seperti dari Amerika, Jepang, Cina, Korea, dll. Dari sekian banyak produk makanan yang ada, produk makanan *franchise* untuk makanan cepat saji yang terbanyak ada di Indonesia, Hal ini dapat dilihat dari data *Top Brand Award (2013-2017)*, terdapat lima restoran fast food yang ada di Indonesia, yaitu :

**Tabel 1.1 Top Brand Index**

Rank	Restoran	2013	2014	2015	2016	2017
1	<b>KFC</b>	<b>61,6%</b>	<b>60,9%</b>	<b>59.3%</b>	<b>63.9%</b>	<b>60.4%</b>
2	MCDonalds	17,3%	17,5%	17.5%	18.6%	19.0%
3	A & W	6,8%	6,7%	7.1%	2.6%	2.9%
4	Hoka Hoka Bento	3,8%	5,1%	4.1%	2.5%	3.7%
5	CFC	1,9 %	2,1%	-	2.0	2.7%

Sumber: *topbrand-award*, 2013-2017.

Berdasarkan 5 daftar *top brand*, KFC menduduki posisi teratas. Hal ini dikarenakan, kualitas pelayanan dan kualitas produk disetiap restoran berbeda-beda yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Seperti halnya dalam memberikan atau menanggapi setiap pelanggan, ketika mengalami kesulitan dalam menentukan menu makanannya.

KFC merupakan salah satu bisnis franchise terbesar didunia yang didirikan Colonel Sanders pada tahun 1935. Kentucky Fried Chicken ini sudah ada di indonesia, dan memiliki 580 unit gerai hal ini membuktikan bahwa perusahaan bisnis franchise KFC terus berkembang yang berarti kualitas pelayanan tidak perlu diragukan lagi. Jadi, keputusan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat memuaskan setiap pelanggan. Jadi, kepuasan pelanggan merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam meninjau kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), kehandalan (*realibility*), cepat tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*). (Tjiptono dan Chandra, 2011). Dan kualitas produk terdiri bentuk (*form*), Ciri-ciri produk (*features*), kinerja

(*performance*), Kesan kualitas (*perceived quality*), ketahanan (*durability*), keandalan (*reability*), kemudahan perbaikan (*repairability*), gaya (*style*), desain (*design*), Kotler (2011). Dari Setiap dimensi mempunyai pengaruh yang berbeda-beda. Keadaan ini terbukti dengan hasil pra survei terhadap 30 responden, dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa sebanyak 21 responden (70%) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan, sedangkan 9 responden (30%) menyatakan bahwa kualitas yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Terkait dengan kualitas produk, sebanyak 24 responden (80%) menyatakan bahwa produk yang disajikan sesuai dengan apa yang mereka harapkan, dan 6 responden (20%) menyatakan bahwa produk yang disajikan tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Hasil survei pada kepuasan pelanggan, sebanyak 21 responden (70%) menyatakan puas, sebaliknya 9 responden (30%) menyatakan tidak puas. Peneliti juga mensurvei beberapa keluhan yang diberikan oleh responden yang dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

**Tabel 1.2 Keluhan Pelanggan**

<b>Kualitas Pelayanan</b>	<b>Kualitas Produk</b>
Pelayan Kurang Ramah	Kadang ayam yang disajikan kurang matang
Kurang informasi soal penggunaan wifi	Bumbu kurang berasa
Sisa sampah pelanggan lain dimeja kadang tidak dibersihkan	Produk cheese chicken tidak boleh dibawah pulang
Karyawan kurang tanggap	Porsi menu sedikit

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2018.

Fenomena dan data yang mendukung di atas, menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**”.

## 1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

### 1.2.1. Identifikasi Masalah

1. Kualitas pelayanan tidak memuaskan sehingga mengakibatkan konsumen enggan datang atau makan KFC lagi.
2. Kualitas produk tidak bagus misalnya kurang matang, bumbu kurang berasa, porsi menu kecil, sehingga mengakibatkan konsumen merasa tidak puas dan enggan datang kembali.
3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk yang tidak bagus memicu fungsi citra merek, sehingga berakibat konsumen tidak bangga lagi makan di KFC.

### 1.2.2. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini hanya menggunakan variabel tertentu yaitu variabel pelayanan *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *realibility* (kehandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan) dan kualitas produk bentuk (*form*), Ciri-ciri produk (*features*), kinerja (*performance*), kesan kualitas (*perceived quality*), ketahanan (*durability*), keandalan (*reability*), kemudahan perbaikan (*repairability*), gaya (*style*), desain (*design*), terhadap kepuasan pelanggan (perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan kinerja atau hasil produk

dan harapan-harapannya). Penelitian ini hanya ditunjukkan kepada semua responden di wilayah Tanjung Duren yang pernah membeli dan mengonsumsi KFC Cabang Tanjung Duren.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Tanjung Duren, Jakarta Barat?
- 1.3.2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Tanjung Duren, Jakarta Barat?
- 1.3.3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Tanjung Duren, Jakarta Barat?
- 1.3.4. Apakah kualitas produk paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan KFC Cabang Tanjung Duren, Jakarta Barat ?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- 1.4.1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Tanjung Duren, Jakarta Barat.
- 1.4.2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Tanjung Duren, Jakarta Barat.

- 1.4.3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Tanjung Duren, Jakarta Barat.
- 1.4.4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Tanjung Duren, Jakarta Barat.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

### **1.5.1. Bagi Penulis**

1. Dapat digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah diterima dibangku kuliah ke dunia usaha yang sebenarnya.
2. Dapat menambah dan memperluas wawasan penulis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan KFC.

### **1.5.2. Bagi Pembaca**

1. Dapat digunakan sebagai bahan penambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan KFC.
2. Dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang.

### **1.5.3. Bagi perusahaan**

1. Dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijaksanaan yang berkaitan dengan upaya membangun hubungan baik dengan pelanggan.

2. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan KFC untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.