

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya pertumbuhan di industri jasa makanan memicu tumbuhnya restoran cepat saji. Dengan semakin banyaknya restoran cepat saji yang ada, maka menimbulkan persaingan tersendiri diantara restoran cepat saji tersebut. Berbagai cara dilakukan oleh masing-masing restoran cepat saji untuk memenangkan persaingan, antara lain dengan meningkatkan kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan merupakan salah satu cara untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan, kesetiaan pelanggan dan keinginan untuk melakukan pembelian kembali.

Harga juga merupakan salah satu variabel pemasaran yang perlu di perhatikan oleh management perusahaan, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya agar lebih kompetitif di pasar perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya. Selain itu juga perlu diadakannya promosi agar dapat menarik konsumen dalam membeli produk tersebut.

Citra merek juga mempunyai peran penting dalam suatu perencanaan yang terurai dibidang pemasaran, dalam dunia bisnis makanan cepat saji, citra merek merupakan sesuatu yang di perhitungkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian, suatu produk dapat di lihat berbeda karena adanya merek tersebut,

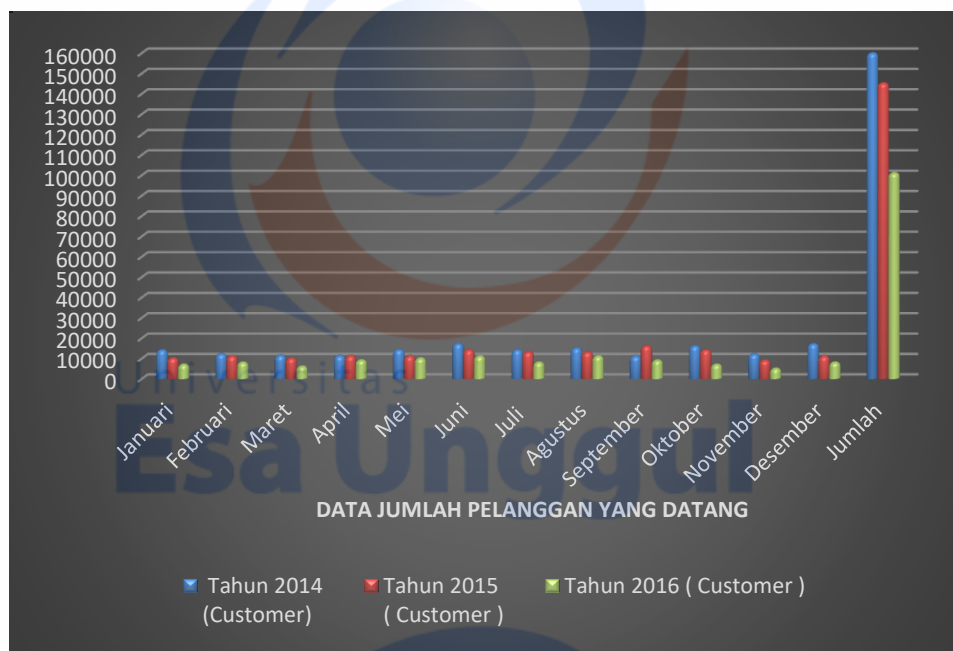
maka sebuah merek memberikan citra kepada konsumen. Merek juga menjanjikan bahwa produk yang dibeli konsumen akan memberikan kepuasan dan apabila konsumen juga akan membeli di lain waktu dengan barang yang sama-sama halnya juga dengan kepuasan pelanggan, apabila suatu produk mempunyai nilai kepuasan yang sangat bagus maka merek akan menjadi kuat dan mempunyai nilai yang tinggi di benak konsumen.

Salah satu bidang bisnis makanan dan minuman cepat saji yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah Restoran McDonald's. Perusahaan ini memulai bisnis pada tahun 1940 dengan dibukanya sebuah restoran cepat saji oleh Dic dan Mac McDonald's di San Bernardino California pada tahun 1948. McDonald's memperkenalkan "speedee service sistem" dimana konsep makanan cepat saji yang disiapkan dan dilayani dengan cepat yang berbentuk paket lalu dapat dibawa pulang. speedee service sistem tersebut yang kemudian menjadi dasar restoran cepat saji modern seperti saat ini. Di Indonesia berbeda dari kebanyakan restoran McDonald's di luar negeri. Seperti di Norwegia terdapat "McLaks" yaitu sandwich salmon, di India ada "Maharaja Macs" dengan daging kambing dan "McAloo Tikki Burger" untuk umat Hindu vegetarian dan di Indonesia paket Hemat dengan Nasi.

Seiring dengan berkembang dan semakin banyaknya kompetitor di industri makanan cepat saji. Lalu semakin bervariasinya menu dan harga yang di tawarkan oleh kompetitor seperti Kfc, A&W Dan Cfc. Tentu mengakibatkan pelanggan di hadapkan dengan banyak alternatif produk dan harga yang bervariasi sehingga beberapa gerai McDonald's mengalami penurunan pelanggan. Khususnya

McDonald's yang berlokasi di Jln Panjang No. 16 Kebon Jeruk, Jakarta barat, yang hampir setiap tahunnya mengalami penurunan pelanggan. Tentu hal ini membuat manajemen McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat berbenah memperbaiki kualitas dari segi pelayanan, harga dan *image* restoran McDonald's yang dikenal sebagai restoran cepat saji pertama di dunia.

Berikut ini data penjualan yang menjadi tolak ukur yang akan digunakan oleh restoran McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat dalam meningkatkan kualitas pelayanan, harga dan citra merek demi tercapainya kepuasan pelanggan yang lebih baik selama tiga periode pada tahun 2014-2016:



Sumber : Data Penjualan McDonald's Kebon Jeruk. Tahun 2017.

Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat, Bulan Januari – Desember (2014-2015-2016)

Berdasarkan gambar 1.1 di atas yang di dapat dari restoran McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat. pada tiga tahun terakhir terdapat jumlah pelanggan pada tahun 2014 yaitu 166.698 dan pada tahun 2015 jumlah pelanggan mencapai

145.243 lalu pada tahun 2016 jumlah pelanggan yang datang 101.176, bahwa pada bulan Januari sampai dengan Desember 2016 mengalami penurunan yang signifikan.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti melakukan Prasarvei berdasarkan kualitas pelayanan yang di berikan oleh McDonald's Kebon Jeruk. dengan melibatkan 20 orang responden pelanggan McDonald's Kebon Jeruk. Hasil Prasarvei tersebut sebagai berikut :

Tabel 1.1
Hasil Pra Survei Kualitas Pelayanan

	Keterangan	YA	TIDAK
1	Apakah lingkungan restoran McDonald's bersih ?	17	3
2	Apakah sikap pelayanan Waiters terhadap konsumen ramah ?	12	8
3	Ketika anda membutuhkan sesuatu apakah karyawan McDonald's dengan segera membantu anda?	7	13
4	Apakah karyawan McDonald's memberikan perhatian secara individual terhadap anda?	6	14
5	Apakah karyawan McDonald's berpenampilan bersih dan rapih?	11	9
6	Apakah anda puas dengan menu yang ada di McDonald's ?	8	12

Sumber : Data Primer 2018

Berdasarkan tabel 1.1 dari enam pertanyaan yang di jawab oleh 20 orang pelanggan McDonald's Kebon Jeruk terdapat di pertanyaan no 3, 4, 6 pelanggan masih belum puas dengan pelayanan yang di berikan McDonald's Kebon Jeruk. Untuk tetap mempertahankan pelayanan yang utama dan terbaik, McDonald's perlu melakukan evaluasi terhadap pelayanan yang di berikan oleh para karyawannya kepada pelanggan dan menu yang harus selalu inovatif. Agar

pelanggan merasa puas dan senang terhadap pelayanan yang di berikan McDonald's kebon jeruk.

Banyaknya restoran cepat saji di indonesia membuat persaingan terjadi di beberapa aspek. Dan dalam hal ini harga menjadi salah satu hal yang menentukan pelanggan untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu peneliti melakukan survei harga yang ada di beberapa outlet makanan cepat saji, berikut di bawah ini tabel harga menu di beberapa outlet restoran cepat saji :

Tabel 1.2
Hasil Penelitian Harga

PAKET 1	HARGA			
	MCD	CFC	AW	KFC
1 AYAM NASI MINUM	30.000	29.000	36.500	30.500
PAKET 2	HARGA			
	MCD	CFC	AW	KFC
2 AYAM 1 MINUM 1 NASI	42.000	41.000	45.500	42.727

Sumber : Data Primer 2018

Berdasarkan tabel 1.2 di atas harga yang di tentukan oleh McDonald's walaupun masih terjangkau namun jika di bandingkan restoran CFC, McDonald's masih terbilang mahal dalam menentukan harga yang akan di pasarkan. Untuk meningkatkan harga jual McDonald's perlu melakukan evaluasi agar pelanggan tetap memilih McDonald's sebagai makanan cepat saji favorit pelanggan. Dalam

hal ini pihak McDonald's juga perlu melakukan promosi untuk dapat menarik konsumen dalam melakukan pembelian.

Tabel 1.3
Top Brand Index Restoran Cepat Saji Dalam Pangsa Pasar

No.	Merek/Brand	2014 (%)	2015 (%)	2016 (%)
1.	KFC	60,9%	59,3%	63,9%
2.	Mc Donald's	17,5%	17,5%	18,6%
3.	A & W	6,7%	7,1%	2,6%
4.	Hoka-Hoka Bento	5,1%	4,1%	2,5%
5.	CFC	2,1%	0%	2,0%

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Menurut survey yang di lakukan oleh Top Brand Award/Top Brand Index 2016 yang merupakan penghargaan yang di tujukan untuk merek yang di anggap "Top" dalam kategori Restoran Cepat Saji, Mc Donald's sebagai restoran cepat saji pertama masih berada di bawah KFC selama tiga tahun terakhir. Hal ini memberikan gambaran dimana masyarakat di indonesia masih lebih memilih KFC sebagai makan cepat saji terfavorit.

Penelitian ini memfokuskan kualitas pelayanan, harga dan citra merek kepada pelanggan di restoran McDonald's kawasan Kebon Jeruk Jakarta barat yang membeli dan memakai citra merek restoran McDonald's dalam kehidupan sehari-hari, berbagai pertimbangan seperti karakter seseorang, sosial dan tingkat ekonomi yang ada di dalamnya, sehingga secara tidak langsung mempengaruhi kepuasan mereka dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan hal diatas, maka penulis menarik untuk melakukan penelitian ini tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan” (Studi Kasus Pada Restoran McDonald’s Kebon Jeruk Jakarta Barat).**

1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang diuraikan diatas, maka terdapat permasalahan sebagai berikut :

1. Masih terdapat pelanggan yang belum merasa puas terhadap pelayanan McDonald’s Kebon Jeruk Jakarta Barat.
2. Harga McDonald’s Kebon Jeruk Jakarta Barat masih mahal jika di bandingkan dengan CFC.
3. Citra merek McDonald’s dimata masyarakat kurang di kenal jika di bandingkan dengan KFC, berdasarkan survei yang dilakukan oleh Top Brand Index, sehingga McDonald’s Kebon Jeruk mengalami penurunan pelanggan.
4. Dari kualitas pelayanan yang masih belum memuaskan, harga yang masih mahal dan citra merek yang belum meningkat membuat penjualan McDonald’s Kebon Jeruk Jakarta Barat mengalami penurunan pelanggan.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dalam penelitian ini di batasi hanya kepada **“Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan”** di restoran Mc Donald’s Kebon Jeruk Jakarta Barat

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan restoran McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat?
2. Apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan restoran Mc Donald's Kebon Jeruk Jakarta Barat?
3. Apakah terdapat pengaruh antara citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan restoran McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga, citra merek terhadap kepuasan pelanggan restoran McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat?
5. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan restoran McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan restoran McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat?
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Mc Donald's Kebon Jeruk Jakarta Barat?

3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat?
4. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan restoran McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat?
5. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan yang paling dominan terhadap Kepuasan Pelanggan McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat?

1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Manfaat dan kegunaan yang di harapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis diharapkan penulis dapat memperoleh pengetahuan serta penerapan ilmu dan informasi yang berharga mengenai pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada restoran McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat.
2. Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih lanjut terkait dengan kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan yang di terapkan oleh restoran McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat, Sehingga dapat menjadi masukan yang berarti bagi perkembangan restoran McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat di masa yang akan datang. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan refrensi bagi restoran McDonald's Kebon Jeruk Jakarta Barat dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih baik untuk mencapai tujuan perusahaan.

3. Bagi akademis hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan masukan pihak-pihak yang berkepentingan dalam menciptakan kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan yang di bangun oleh perusahaan pengembang.