

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi setiap harinya karena pada dasarnya orang makan untuk dapat bertahan hidup, salah satu tempat dimana manusia dapat memperoleh makanan adalah restoran. Karena hal tersebut bisa menjadi alasan mengapa bisnis restoran atau kuliner menjanjikan dan merupakan salah satu bisnis yang tumbuh dengan pesat. Perkembangan bisnis kuliner atau restoran saat ini semakin berkembang dengan semakin banyaknya restoran yang bermunculan, mulai dari restoran biasa maupun restoran *fast food* (siap saji) yang menawarkan berbagai fasilitas dan menu yang beragam.

Belakangan ini restoran *fast food* menjadi *trend* gaya hidup, dimana menjadikan tempat berkumpul yang sangat diminati. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul. Restoran *fast food* telah menjadi identitas tersendiri bagi kalangan remaja maupun orang tua yang menikmati makanan cepat saji sambil berbincang dengan teman, keluarga, maupun rekan bisnisnya. Masyarakat Indonesia mulai menyukai makanan *fast food* pada dasarnya disebabkan oleh mobilitas yang semakin cepat dan proaktif didukung dengan padatnya aktivitas di luar rumah menyebabkan masyarakat menggemari segala sesuatu yang praktis didorong dengan padatnya aktivitas di luar rumah dan tidak ada waktu untuk menyiapkan makanan.

Masyarakat Indonesia lebih menyukai berkunjung ke *outlet* makanan siap saji dibandingkan jenis restoran lainnya saat mereka ingin makan di luar rumah. Kesimpulan ini setidaknya terlihat dari data yang dilakukan oleh *Master Card* bertajuk *Customer Purchasing Priorities* sebuah survei yang dilakukan pada tahun 2015. Hasil survei tersebut mengungkapkan hal menarik dimana saat memilih tempat makan, sebanyak 80 persen orang Indonesia lebih memilih untuk bersantap di *outlet fast food*, diikuti oleh pusat jajanan/*food court* yang menempati urutan kedua dengan 61 persen dan restoran kelas menengah sebanyak 22 persen, sementara hanya sekitar 1 persen konsumen di Indonesia yang memilih mengunjungi restoran untuk jamuan makan resmi (*fine dining*).

Berdasarkan fenomena ini menunjukkan adanya peluang besar bagi pertumbuhan bisnis restoran *fast food*, yang terjadi saat ini ialah banyaknya restoran *fast food* seperti KFC, Hoka-Hoka Bento, A&W dan sebagainya, saling berlomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Dari sekian banyak restoran *fast food* di Indonesia salah satunya adalah restoran McDonald's. Restoran yang memiliki lambang busur berwarna kuning ini didirikan pada tahun 1940 oleh dua bersaudara Dick dan Mac McDonald namun kemudian dibeli oleh Ray Kroc dan diperluas ke seluruh dunia dan memiliki lebih dari 33.510 *outlet* yang tersebar hampir 119 negara di dunia. Restoran menu makanan dan minuman yang ditawarkan McDonald's sangat bervariasi mulai dari *burger*, *spaghetti*, *fried chicken*, dan sebagainya memanjakan pelanggan dengan pilihan menu yang ditawarkan.

Restoran *fast food* ini memiliki kelebihan dan strategi masing-masing yang dapat menarik minat konsumen agar mengonsumsi produk yang mereka tawarkan, sehingga bisa meraup sebanyak mungkin pelanggan setia. Oleh karena itu restoran cepat saji ini tidak hanya berfokus pada variasi produk, namun bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan agar timbul suatu kepuasan yang berdampak pada loyalitas konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik juga dapat menanamkan *mindset* pada diri konsumen bahwa ketika mereka merasa lapar dan membutuhkan makanan cepat saji, mereka hanya terpikir pada satu restoran cepat saji yang menjadi tujuannya. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa harus menempatkan keunggulan kompetitif, karena konsumen merupakan pondasi bisnis yang membuat bisnis tetap ada.

Semakin ketatnya persaingan bisnis, menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga konsumen akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan rasa puas pada konsumen yang akan berdampak pada loyalitas konsumen, dimana dapat mendorong konsumen untuk berkomitmen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal sedangkan kualitas pelayanan yaitu upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang mengiringi produk yang ditawarkan

dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Setelah konsumen puas dengan produk atau jasa yang diterima, konsumen akan membandingkan dengan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama dimana konsumen tersebut loyal.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara kepuasan dan loyalitas dimana konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan konsumen. Berdasarkan hasil survei majalah marketing SWA yang berfokus pada dunia pemasaran Indonesia dalam lima tahun terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Top Brand Index Kategori Fast Food Tahun 2013-2017

Merek	Index Penjualan				
	2013	2014	2015	2016	2017
KFC	60,6%	60,9%	59,3%	63,9%	60%
McDonald's	19,0%	18,6%	17,5%	17,5%	17,3%
Hoka-Hoka Bento	3,8%	5,1%	4,1%	2,5%	3,7%
A&W	6,8%	6,7%	7,1%	2,6%	2,9%

Sumber : *Top Brand Award, 2017*

Berdasarkan data *Top Brand Index* diatas menunjukkan bahwa index penjualan McDonald's mengalami penurunan pada tahun 2013-2017, selain itu dari data tersebut menunjukkan McDonald berada di jajaran ke-dua *Top Brand Index* dibawah pesaingnya yaitu KFC yang menempati jajaran *Top Brand Index*

di posisi pertama hal ini menunjukkan bahwa KFC menduduki index penjualan makanan siap saji di Indonesia.

Dalam penelitian ini diadakan *pra-survey* yang dilakukan pada tanggal 28 November 2017 kepada 20 pengunjung restoran *fast food* McDonald's cabang Ciater, Kota Tangerang Selatan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan McDonald's cabang Ciater Kota Tangerang Selatan yaitu:

Tabel 1.2
Hasil *pra-survey*

Pernyataan	Jumlah Responden	Presentase
I. Kualitas Pelayanan		
Kurangnya fasilitas yang diberikan, seperti wifi hostpot yang <i>error</i> .	13	65%
Sangat baik pelayanannya dan karyawannya sangat ramah	7	35%
Total	20 Responden	100%
II. Kepuasan Pelanggan		
Kurang nyaman terlalu ramai.	11	55%
Sangat baik dan fasilitas yang diberikan cukup memuaskan sehingga betah untuk berlama-lama untuk bersantai	9	45%
Total	20 Responden	100%

Sumber : Data Diolah, 2017.

Dari data *pra-survey* yang dilakukan pada tanggal 28 November 2017 kepada 20 pengunjung menunjukkan kurangnya kualitas pelayanan seperti *wifi hostpot error*, dan kurangnya kepuasan pelanggan, yaitu kurang nyaman ketika berada di McDonald's cabang Ciater Kota Tangerang Selatan.

Oleh karena itu, Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis tertarik mengangkat judul penelitian **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan**

Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pembeli di Restoran *Fast Food* McDonald's cabang Ciater, Kota Tangerang Selatan).

1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilihat bahwa banyaknya restoran *fast food* yang hampir serupa dan juga memberikan pengalaman pada konsumen, berdasarkan pembahasan pada latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kualitas Pelayanan terutama fasilitas terutama kendala jaringan internet tidak bagus, sehingga pelanggan tidak puas makan di McDonald's Cabang Ciater Kota Tangerang Selatan.
2. Kepuasan konsumen terutama dari suasana tempat yang terlalu ramai, sehingga berakibat konsumen tidak loyal, yang ditandai dengan enggan datang kembali untuk makan di McDonald' Cabang Ciater Kota Tangerang Selatan.
3. Secara keseluruhan citra McDonald's Cabang Ciater Kota Tangerang Selatan kurang bagus, sehingga pelanggan tidak puas makan di tempat ini.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Penulis dalam penelitian berfokus pada variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan di Mc Donald's Cabang Ciater, Kota Tangerang Selatan

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang fenomena yang ada mengenai Mc Donald's pada sub bab diatas, maka peneliti membuat rumusan masalah yang dapat diteliti lebih lanjut secara mendalam dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran *Fast Food* Mc Donald's cabang Ciater, Kota Tangerang Selatan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Restoran *Fast Food* Mc Donald's cabang Ciater, Kota Tangerang Selatan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Restoran *Fast Food* Mc Donald's cabang Ciater, Kota Tangerang Selatan?

1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah di jelaskan di atas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran *Fast Food* McDonald's, Ciater Kota Tangerang Selatan
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Restoran *Fast Food* McDonald's Ciater Kota Tangerang Selatan

3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Restoran *Fast Food* McDonald's, Ciater Kota Tangerang Selatan.

1.5. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan yang mengacu kepada loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini di harapkan memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas kepada pembaca dalam usaha restoran siap saji dalam bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan pengalaman berharga untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen.