

BAB 1

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 sibuk bekerja di daerah perkotaan. Aktivitas yang padat menjadikan mereka, terutama para pekerja kantoran atau mereka yang lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih memilih cara instan dalam menentukan makan agar perutnya tetap terisi. Dengan banyak menu makanan yang ditawarkan, membuat bisnis makanan sangat baik berkembang didaerah perkotaan, hal ini dibuktikan dengan banyaknya bisnis-bisnis usaha dalam bidang makanan yang ada saat ini

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Perusahaan dalam mempertahankan konsumen merupakan satu prestasi tersendiri yang mencerminkan kehandalan perusahaan tersebut dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan perusahaan baik barang atau jasa.

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, cina, jepang , korea dan lain-lain.

Dari sekian banyak restoran cepat saji (fast food), terdapat lima brand yang menduduki posisi peringkat teratas hal ini dapat dilihat dari data Top Brand Award (2015-2019), yang ada di Indonesia ,yaitu:

Table 1.1top brand index

Rank	Restoran	2015	2016	2017	2018	2019
1	KFC	59,3%	63,9%	60,4%	42,7%	26,2%
2	MC Donald's	17,5%	18,6%	19,0%	24,3%	22,4%
3	A&W	7,1%	2,6%	3,7%	6,3%	5,4%
4	Hoka Hoka Bento	4,1%	2,5%	2,9%	5,8%	5,4%

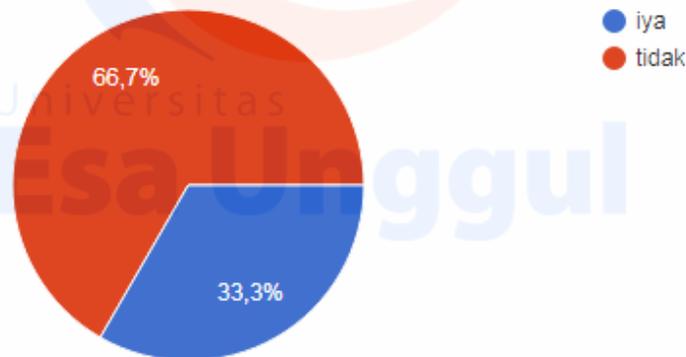
5	CFC	-	2,0%	2,7%	-	-
---	-----	---	------	------	---	---

Sumber :*top brand-award* 2015-2019.

Berdasarkan 5 daftar top brand, KFC menduduki posisi teratas hal ini disebabkan , kualitas produk dan kualitas pelayanan di setiap restoran berbeda beda yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Seperti halnya dalam memberikan atau menanggapi setiap pelanggan, ketika mengalami kesulitan dalam menentukan menu makanannya, Mengingat bahwa dengan adanya persaingan bisnis pada restoran *fast food* semakin berkembang, maka restoran dituntut untuk tidak hanya berfokus dengan target penjualannya, namun lebih pada memperhatikan konsumen dan menjaga hubungan dengan konsumen. Agar dapat bertahan di tengah maraknya persaingan, maka restoran juga perlu memastikan konsumen merasa puas serta menjaga keberlanjutannya dengan restoran, dengan memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan bagi pelanggan.

kepuasan 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 *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (emapti), *realibility* (kehandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), dan *assurance* (jaminan) Tjiptono dan Chandra (2011).

Hal ini dibuktikan pada hasil pra survey yang dilakukan oleh penelitian sebagai berikut:



gambar 1.1 pra survey kualitas pelayanan

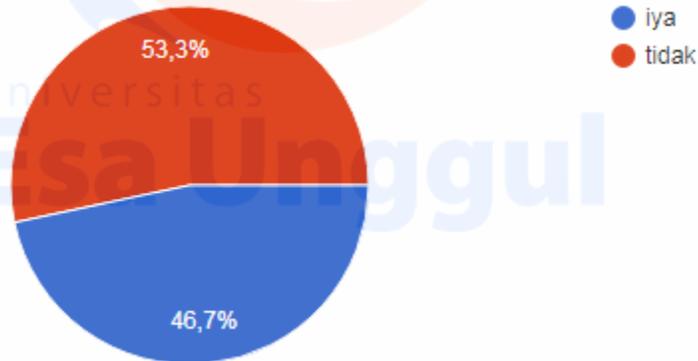
Sumber data diolah 2019

Hasil pra survey pengaruh kualitas pelayanan KFC di wilayah Cideng Jakarta Pusat periode 2019

Berdasarkan pra survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “ apakah sikap pelayanan yang diberikan KFC sudah sesuai?”, hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 20 orang (66,7%) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik, sebanyak 10 orang (33,3%) menyatakan bahwa kualitas pelayanan KFC baik. Menurut responden kualitas pelayanan KFC kurang baik karena kurang ramah terhadap konsumen, kurangnya karyawan dalam melayani pelanggan, dan kurangnya pemberitahuan penggunaan wifi sehingga sebagian responden tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan.

kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah. Dimensi kualitas produk terdiri dari *form* (bentuk), *features* (ciri-ciri produk), *performance* (kinerja), *perceived quality* (kesan kualitas), *durability* (ketahanan), *reability* (keandalan), *repairability* (kemudahan perbaikan), *style* (gaya), dan *design* (desain), Kotler (2011).

Hal ini dibuktikan pada hasil pra survey yang dilakukan oleh penelitian sebagai berikut:



Gambar 1.2 pra survey kualitas produk

Sumber data diolah 2019

Hasil pra survey pengaruh kualitas produk KFC di wilayah Cideng Jakarta Pusat periode 2019

Berdasarkan pra survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “apakah produk yang diberikan KFC sudah sesuai?”, hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 16 orang (53,3%) bahwa kualitas produk KFC kurang baik, sebanyak 14 orang (46,7%) menyatakan bahwa kualitas produk yang diberikan KFC baik. Menurut responden kualitas produk KFC kurang baik karena gambar yang ditawarkan di menu tidak sesuai dengan aslinya, porsi nasi yang lebih sedikit, dan potongan ayam yang semakin kecil, sehingga sebagian responden tidak puas yang mengakibatkan berpindah ke produk lainnya yang sejenis.

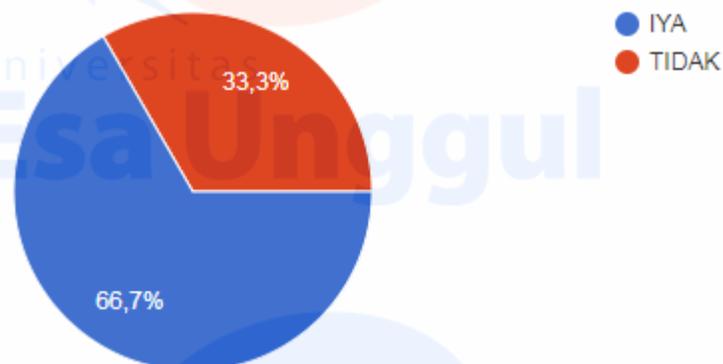
lokasi dinilai sangat penting untuk kelangsungan hidup sebuah usaha yang ada pada saat ini, karena lokasi yang strategis memudahkan seorang konsumen untuk menjangkau tempat usaha tersebut. Dengan mudahnya seorang konsumen dalam menjangkau akses menuju lokasi yang diinginkan akan mempengaruhi juga daya belinya yang kemudian akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini juga sesuai dengan pendapat (Fitzsimmons, 1994) yaitu Lokasi berpengaruh terhadap dimensi dimensi strategik, seperti fleksibilitas, competitive positioning, manajemen permintaan, dan focus strategic. Fleksibilitas

sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah.

Hal ini dibuktikan pada hasil pra survey yang dilakukan oleh penelitian sebagai berikut:

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2009). Pelanggan yang merasa senang diharapkan dapat menggunakan produk dari waktu ke waktu. Kepuasan pelanggan dipandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan produk, biaya, kemudahan sarana, aspek teknis (pelayanan) dan interpersonal serta hasil akhir (Kotler, 2009). Kotler & Keller (2009) menyatakan bahwa konsumen yang sangat puas biasanya akan tetap setia untuk jangka waktu yang lama, serta membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama, selain itu ia akan membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, mereka tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu mementingkan harga, mereka juga menawarkan ide produk dan jasa kepada perusahaan, dan biaya pelayanannya lebih murah dari pada konsumen baru karena transaksi menjadi suatu hal yang rutin

Hal ini dibuktikan pada hasil pra survey yang dilakukan oleh penelitian sebagai berikut:

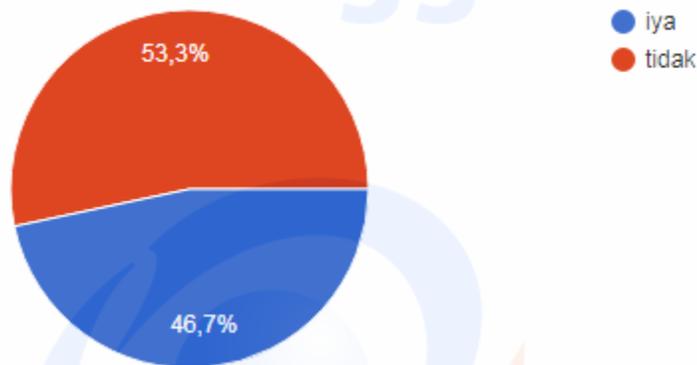


gambar 1.2 pra survey Lokasi

Sumber data diolah 2019

Hasil pra survey lokasi kfc di wilayah cideng Jakarta pusat periode 2019

Berdasarkan survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “apakah lokasi kfc cideng cabang Jakarta pusat sudah tepat?”, hasil pra survey menunjukkan sebanyak 10 orang (33,3%) bahwa lokasi kfc kurang tepat, sebanyak 20 (66,7%) menyatakan bahwa lokasi kfc cideng sudah tepat.



Gambar 1. 3 pra survey kepuasan pelanggan

Sumber data diolah 2019

Hasil pra survey kepuasan pelanggan KFC di wilayah Cideng Jakarta Pusat periode 2019.

Berdasarkan pra survey kepada 30 responden dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “apakah konsumen puas terhadap KFC?”, hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 16 orang (53,3%) bahwa konsumen kurang puas, sebanyak 14 orang (46,7%) menyatakan bahwa konsumen puas terhadap KFC.

Berdasarkan uraian yang telah dibahas oleh peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “**Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan KFC (studi kasus KFC Cideng Jakarta Pusat)**”

1.2 Identifikasi masalah

1. Kualitas produk tidak bagus seperti, porsi nasi yang sedikit, potongan ayam semakin kecil, kurang bumbu yang meresap pada ayam, terlalu banyak ice batu pada minuman, dan cone ice kurang enak, sehingga mengakibatkan konsumen enggan datang kembali.

2. Kualitas pelayanan tidak bagus seperti, pelayanan yang lambat, kurangnya karyawan dibagian kasir, dan persediaan makanan cepat saji kadang tidak tersedia, sehingga konsumen enggan datang kembali.
3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang tidak bagus memicu ketidakpuasan pelanggan yang mengakibatkan enggan datang kembali.

1.3 Batasan masalah

1. Fokus pada penelitian ini adalah mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk (X1), pengaruh kualitas pelayanan (X2) dan lokasi (X3) sebagai variabel independen terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen.
2. Penelitian ini membatasi masalah hanya pada produk KFC
3. Penelitian ini dilakukan di restoran KFC Cideng cabang Jakarta Pusat.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Cideng ,Jakarta pusat ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Cideng, Jakarta pusat ?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Cideng,Jakarta Pusat ?
4. Apakah kualitas produk , kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Cideng, Jakarta pusat ?

1.5 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Cideng, Jakarta pusat ?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Cideng, Jakarta pusat ?
3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Cideng ,Jakarta pusat ?

4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk ,kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Cideng, Jakarta pusat?

1.6 Manfaat penelitian

1. Bagi penulis

Adapun manfaat bagi penulis adalah :

Dapat di gunakan untuk menerapkan ilmu yang telah diterima dibangku kuliah kedunia usaha yang sebenarnya, dapat menambah dan memperluas wawasan penulis mengenai kualitas produk ,kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan restoran KFC

2. Bagi pembaca

Adapun manfaat penelitian bagi pembaca adalah :

Dapat digunakan sebagai bahan penambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan restoran KFC, dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk melakukan penelitian dimasa yang akan datang

3. Bagi perusahaan

Adapun manfaat penelitian bagi perusahaan adalah :

Dapat memberikan kontribusi dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan upaya membangun hubungan baik dengan pelanggan, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat menjadi masukan bagi restoran KFC untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.