

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi saat ini telah mempengaruhi pada adanya perubahan sosial dan budaya yang berkembang dimasyarakat, sehingga membuat terjadinya pergeseran yang ada dimasyarakat. Kehadiran perilaku bisnis dalam bidang makanan saat ini tentu memberikan hal yang berbeda bagi perkembangan bisnis makanan di Indonesia. Para pelaku bisnis selalu saling bersaing dalam memberikan yang terbaik untuk para pelanggannya seperti kualitas produk dan pelayanan tentunya yang diberikan kepada pelanggan. Selalu menjaga kualitas produk dan pelayanan yang diberikan adalah salah satu hal yang sangat penting yang harus dilakukan dalam suatu perusahaan agar pelanggan tidak berpindah ke produk lain.

Fast food atau makanan yang dijual cepat saji telah dikenal oleh masyarakat sebagai makanan yang dapat dibeli dan dikonsumsi dengan cepat dan mudah. Kata makanan cepat saji itu sendiri berarti makanan yang cepat disajikan secara langsung kepada konsumen tanpa menunggu waktu yang lama dan proses yang mudah dalam pembuatannya sehingga konsumen dapat dengan langsung mengkonsumsinya. Makanan cepat saji dibuat untuk para insan yang tidak punya banyak waktu untuk membuatnya karena disibukkan oleh kegiatan atau pekerjaan diluar. Namun pada masa sekarang ini makanan cepat saji menjadi makanan yang telah diproses agar proses penyajiannya lebih cepat dan juga bukan hanya dikonsumsi bagi orang – orang yang sibuk saja melainkan pada semua lapisan masyarakat terutama kalangan anak muda, anak sekolah dan anak kuliah.

Fenomena bisnis yang terjadi saat ini ialah banyaknya restoran *fast food* (cepat saji) seperti KFC, McDonald's, CFC, Pizza Hut, Texas, Hoka-Hoka Bento, AW, Wendy's, Burger King dan sebagainya yang dicari oleh masyarakat baik para pekerja maupun pelajar karena kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia itu, pola dan gaya hidup masyarakat di zaman ini sudah

semakin modern. Oleh karena itu, restoran cepat saji saat ini tidak hanya berfokus pada variasi produk dan pelayanan saja, namun bagaimana agar timbul suatu kepuasan yang berdampak pada loyalitas konsumen.

Saat ini semakin banyak dijumpai restoran cepat saji baik dari restoran lokal maupun asing. Salah satu dari restoran cepat saji asing yang berkembang di Indonesia adalah *Kentucky Fried Chicken* (KFC), yang didirikan oleh PT. Fastfood Indonesia, Tbk pada tahun 1979. KFC merupakan pemimpin global bisnis dalam kategori makanan cepat saji dengan menggunakan menu andalan daging ayam goreng. Selain menawarkan produk ayam goreng, KFC juga memenuhi selera konsumen dengan menu pilihan seperti nasi, perkedel, kentang goreng, twister, serta menawarkan produk-produk baru dari KFC seperti Colonel Yakiniku, Promo Goceng, KFC Attack, Super Panas Jumbo, Bubur Ayam dan yang lain-lainnya. Selain KFC sebagai restoran cepat saji, terdapat juga pesaing sejenis yaitu Mc Donald's, Texas Chicken, CFC, A&W, dan yang lainnya. Pesaing sejenis tersebut merupakan pesaing terdekat dari KFC yang menawarkan produk unggulan yang sama yaitu ayam goreng dan perusahaan pesaing tersebut juga sudah dikenal oleh masyarakat luas. KFC dapat mempertahankan pangsa pasarnya, untuk itu KFC harus mengetahui kebutuhan dan keinginan para konsumennya, dan mengembangkan suatu pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya para konsumen membuat keputusan pembelian mereka. Kualitas produk yang dihasilkan KFC mendapat perhatian utama, mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari cita rasa yang khas dari ayam goreng KFC dan paket-paket yang beragam yang menawarkan berbagai macam variasi menu yang dihasilkan KFC.

Berdasarkan data hasil survei awal, beberapa informasi keluhan konsumen pada KFC Ramayana Semper yaitu sering kali terjadi antrian yang panjang pada saat memesan seperti pada tanggal 8 Oktober 2019 jam 19.30 dan menu yang diinginkan kadang tidak tersedia dengan permintaan pelanggan. Pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang digunakan sebagai strategi bersaing yaitu melalui kepuasan konsumen. Berdasarkan survei awal, KFC menawarkan harga paket yang beragam mulai dari yang Rp.5000 paket ice cream sundae, spaghetti

deluxe dan lain sebagainya sampai yang paket untuk keluarga. Harga yang beragam tersebut akan sangat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembeli.

KFC perlu mengembangkan inovasi produk agar KFC bisa mengembangkan pangsa pasar, sehingga kepuasan pelanggan bias terus meningkat. Perusahaan juga berupaya agar dapat memperoleh pendapatan yang stabil dan mampu menaikkan pendapatan di masa yang akan datang. Upaya – upaya yang dilakukan oleh KFC Ramayan Semper Jakarta Utara adalah dengan mengembangkan kualitas produk, membangun kualitas pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan serta kepuasan pelanggan.

Dalam usaha menarik minat beli konsumen, maka produkman KFC Ramayana Semper Jakarta Utara harus dibuat berkualitas. Kualitas produk sendirimerupakan hal penting yang harus diusakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sebagai masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

Kepuasan pelanggan dalam menentukan dan memilih suatu produk juga tidak lepas dari kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atas produk atau jasa yang dihasilkan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Menjalin hubungan dengan perlu dilakukan oleh perusahaan agar kualitas produk dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Mutu produk merupakan suatu atribut yang ada pada produk. Mutu sangat mempengaruhi tinggi rendahnya penjualan yang akhirnya juga menjadi penentu perolehan tingkat laba Abdul Gofur (2019).

Kepuasan produk dan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkankepuasan pelanggan dan dapat mendorong pelanggan tersebut loyal kepada produk atau jasa yang digunakan. Banyak cara yang bias dicapai oleh

perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan juga harus tetap menjaga kualitas produk dan terus berupaya melakukan peningkatan kualitas produk sehingga mampu bersaing ditengah persaingan yang semakin ketat. Seperti diketahui bahwa kualitas produk yang ditawarkan memiliki ikatan yang kuat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas produk memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk tetap loyal menggunakan produk yang ditawarkan. Dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan memahami dengan seksama kebutuhan dan keinginan pelanggan, dimana perusahaan berusaha memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan AriyanidanRosinta (2010).

Loyalitas pelanggan merupakan suatu emosi dan tidak bersifat rasional. Loyalitas terjadi ketika individu tertarik untuk menjaga hubungan baik yang biasanya terjadi karena pengalaman – pengalaman yang positif. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha – usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang pada suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu DewiKurniawati, Suharyonodkk (2014).

Berdasarkan latar belakang hal – hal tersebut yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagaivariabel intervening pada KFC Ramayana Semper Jakarta Utara”.

1.2. RumusanMasalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen KFCRamayana Semper Jakarta Utara?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada KFC Ramayana Semper Jakarta Utara?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Ramayana Semper Jakarta Utara?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada KFC Ramayana Semper Jakarta Utara?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung kepada loyalitas pelanggan pada KFC Ramayana Semper Jakarta Utara?
6. Apakah ada pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada KFC Ramayana Semper Jakarta Utara?
7. Apakah ada pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada KFC Ramayana Semper Jakarta Utara?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan agar peneliti dapat mengetahui lebih mendalam manfaat dari keputusan pembelian di dalam dunia bisnis untuk diterapkan kedepan.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk membantu manajemen perusahaan KFC untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan dan dapat membantu dalam perencanaan strategi bisnis yang akan diterapkan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan serta tambahan referensi untuk melaksanakan penelitian dimasa yang akan datang.