

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan bisnis di semua sektor kini meledak. Hal ini juga terjadi di industri makanan termasuk salah satu restoran cepat saji tahun ini yang akan ditopang oleh peningkatan pendapatan masyarakat dan tren makan di rumah yang sedang berkembang. Banyak orang menikmati kemudahan membeli dan mengonsumsi makanan. Banyaknya perusahaan di bidang makanan memaksa perusahaan untuk berloma-lomba meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat bertahan dan mampu mengungguli para pesaing untuk mendapatkan posisi terbaik di hati pelanggan. Pelaku usaha harus mampu memberikan pelayanan berkualitas yang mampu memuaskan pelanggannya antara lain berbagai kemudahan untuk mendapatkan pelayanan keramahan petugas customer service dan pelayanan yang cepat. Kualitas makanan juga menjadi standar bagi pelanggan untuk kembali dan menikmati makanan yang disediakan oleh restoran cepat saji. Di Harapan Indah Bekasi kini banyak bermunculan bisnis makanan yang tersebar di berbagai pusat keramaian termasuk restoran cepat saji McDonalds. McDonalds adalah restoran cepat saji yang terkenal dengan menu utamanya burger namun dari waktu ke waktu McDonalds juga menawarkan ayam crispy McDonalds ayam pedas happy meal hot dish nasi udak McDonalds dan lain-lain. McDonalds merupakan restoran cepat saji yang sangat familiar di Harapan Indah Bekasi dan saat ini McDonalds merupakan satu-satunya restoran cepat saji yang paling dekat dengan wilayah Bekasi Utara yang perbatasan dengan DKI Jakarta sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengunjungi bahkan warga DKI Jakarta dan masyarakat Bekasi berkat datanya disediakan oleh penulis. Meskipun dari google maps penulis telah memperoleh data review dari pelanggan yang pernah mengunjungi setiap cabang McDonalds di Bekasi. Seperti yang terlihat jumlah notice di setiap cabang McDonalds di kota Bekasi berbeda-beda. Dari setiap cabang yang dikunjungi McDonalds Harapan Indah Bekasi mendapat rating tertinggi karena jumlah

pelanggannya yang banyak dan lokasi yang sangat strategis bagi pelanggan dibandingkan dengan cabang lainnya. Hal ini dikatakan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga dan promosi. Untuk beberapa pelanggan memberikan pendapat yang jujur untuk menarik pelanggan lain untuk mengunjungi McDonalds Harapan Indah Bekasi.

Selain itu salah satu strategi yang tepat untuk bertahan dari persaingan tinggi dalam dunia usaha saat ini adalah dengan mempertahankan loyalitas pelanggannya. Seperti yang kita pelajari dalam teori manajemen, Biaya untuk menarik pelanggan baru tentu akan lebih mahal dibandingkan mempertahankan pelanggan lama, oleh karena itu, loyalitas pelanggan sangat dibutuhkan dalam mempertahankan sebuah bisnis. Seiring dengan berkembangnya teknologi, tentu akan meningkatkan persaingan antar usaha, khususnya dalam sistem pelayanan konsumen dan promosi penjualan demi memperoleh loyalitas pelanggan. (Heriyanto & Nurtjahjani, 2017) menjelaskan bahwa secara umum, loyalitas pelanggan berarti niat pembelian kembali produk dan jasa, dan ini adalah tujuan industri manapun. Bila sebuah industri hanya berfokus kepada kepuasan pelanggan, hal ini mungkin saja dapat meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi dapat menurunkan tingkat. Seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat khususnya dalam bidang makanan cepat saji, dengan adanya aplikasi Online Shop sudah menjadi minat bagi para masyarakat yang menginginkan kemudahan dalam menikmati produk berbagai jenis makanan dan minuman yang dijual di fitur McDonald's. McDonald's sendiri didefinisikan sebagai suatu Tindakan menjual produk makanan dan minuman melalui layanan aplikasi McDonald's internet. Dengan adanya fitur aplikasi McDonald's, menciptakan perubahan dalam sistem dagang dimana pelaku dagang ekonomi tidak harus bertatap muka langsung untuk dapat melakukan transaksi. Pada perkembangan sejak munculnya aplikasi ini, masih banyak konsumen yang sukar memberikan loyalitas nya terhadap suatu produk dalam online shop, dengan alasan mekanisme pembelian yang terkesan panjang, system pembayaran yang hanya memiliki berbagai macam metode, dan nama merk yang sudah banyak dikenal dimasyarakat.

Dari fenomena dan masalah yang jelaskan diatas, maka disimpulkan rumusan masalah yang akan dijelaskan di bawah ini :

Selain itu salah satu strategi yang baik untuk bertahan dalam persaingan yang ketat di dunia bisnis saat ini adalah dengan memangun loyalitas pelanggan. Seperti yang telah kita pelajari dalam teori manajemen biaya menarik pelanggan baru tentu akan lebih tinggi daripada biaya mempertahankan pelanggan lama. Oleh karena itu loyalitas pelanggan diperlukan untuk menjaga bisnis tetap berjalan.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, tentu akan meningkat kan persaingan antar usaha, khususnya dalam sistem pelayanan konsumen dan promosi penjualan demi memperoleh loyalitas pelanggan. (Heriyanto & Nurtjahjani, 2017) menjelaskan bahwa secara umum, loyalitas pelanggan berarti niat pembelian kembali produk dan jasa, dan ini adalah tujuan industry manapun. Bila sebuah industry hanya berfokus kepada kepuasan pelanggan, hal ini mungkin saja dapat meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi dapat menurunkan tingkat Seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat khususnya dalam bidang makanan cepat saji, dengan adanya aplikasi Online Shop sudah menjadi minat bagi para masyarakat yang menginginkan kemudahan dalam menikmati produk berbagai jenis makanan dan minuman yang dijual di fitur McDonald's. McDonald's sendiri didefinisikan sebagai suatu Tindakan menjual produk makanan dan minuman melalui layanan aplikasi McDonald's internet. Dengan adanya fitur aplikasi McDonald's, menciptakan perubahan dalam system dagang dimana pelaku dagang/ekonomi tidak harus bertatap muka langsung untuk dapat melakukan transaksi. Pada perkembangan sejak munculnya aplikasi ini, masih banyak konsumen yang sukar memberikan loyalitas nya terhadap suatu produk dalam online shop, dengan alasan mekanisme pembelian yang terkesan panjang, sistem pembayaran yang hanya memiliki berbagai macam metode, dan nama merk yang sudah banyak dikenal dimasyarakat.

Selanjutnya adalah bagaimana mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan dan terhadap restoran McDonald's. Kottler dan Keller (2016:153),

Menandakan secara umum bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan harapan tentunya ada faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya loyalitas pelanggan, antara lain kualitas pelayanan harga dan promosi.

McDonald's membangun Brand untuk menciptakan Loyalitas Pelanggan dengan cara mengikat konsumen secara emosional yang artinya Mcdonald membangun awareness dengan iklan. iklan-iklan tidak melulu hanya sekedar menjual produk. Ada pesan-pesan yang disampaikan berkaitan dengan emotional benefit produk, jadi produk ini bukan hanya untuk mengenyangkan tapi dikaitkan dengan unsur emosional. Pesan yang disampaikan diingat penting. Lalu, store kami mau memastikan karyawan kami yang melayani dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan pada saat mereka datang ke McDonald's.

Loyalitas pelanggan terhadap McDonald Harapan Indah Bekasi wujud kesetiaan konsumen untuk menggunakan suatu produk atau jasa dengan secara berulang kali atau terus menerus, karena memiliki kepuasan tinggi terhadap produk dan jasa yang digunakan akan cenderung timbul rasa untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain untuk mengunjungi Mcdonald Harapan Indah Bekasi.

Pertama faktor kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi pelanggan dan kepuasan pelanggan. Karena pelayanan yang baik bagi pelanggan sangat penting untuk kenyamanan pelanggan pada saat ingin membeli. Kualitas pelayanan yang optimal sesuai dengan harapan pelanggan terhadap produk restoran, meningkatkan citra restoran dan memungkinkannya untuk terus berkembang.

Kedua faktor harga menurut Kotler dan Keller (2016:48) melalui bauran pemasarannya adalah suatu system manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan. Harga yang ditawarkan harus sepadan dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Jika harga yang ditawarkan sepadan maka pelanggan akan memiliki pengalaman yang baik terhadap perusahaan tersebut, sehingga mereka akan terus mengulang untuk membeli produk tersebut.

Ketiga faktor promosi Buchari Alma dalam Praja (2015:7) dan Yunita dan Handayani (2018) menjelaskan bahwa promosi merupakan bagian dari aktivitas pemasaran dimana pemasar melakukan komunikasi pemasaran seperti menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, serta mengingatkan target pasar atas perusahaan dan produknya agar pelanggan bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Dari penjelasan di atas, promosi factor penting dalam pemasaran karena bertujuan untuk menarik pembeli berpotensi beli produk. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk membentuknya. Kegiatan promosi yang jelas dan menarik yang dapat dipahami konsumen informasi yang disampaikan dan kepentingan pelanggan yang berminat.

Dari fenomena dan masalah yang jelaskan diatas, maka disimpulkan rumusan masalah yang akan dijelaskan di bawah ini :

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan dibawah ini :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's Harapan Indah-Bekasi ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's Harapan Indah-Bekasi ?
3. Apakah promosi juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's Harapan Indah-Bekasi ?
4. Apakah kualitas pelayanan , harga dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's Harapan Indah-Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di McDonald's Harapan Indah-Bekasi.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di McDonald's Harapan Indah-Bekasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan di McDonald's Harapan Indah-Bekasi.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan , harga , promosi terhadap pengaruh loyalitas pelanggan di McDonald's Harapan Indah-Bekasi

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua pihak yang membacanya maupun terikat secara langsung didalamnya , Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Penelitian

Sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan berfikir dan pengetahuan tentang loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan , harga dan promosi.

2. Bagi Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia

Dari penelitian ini diharapkan dapat mengetahui kualitas yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai persepsi kualitas pelayanan , harga dan promosi untuk Mcdonald's agar lebih baik lagi.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pembaca dan penelitian berikutnya yang akan mengambil masalah yang sama dan dijadikan sebagai informasi dalam penelitiannya.