

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha restoran menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, terbukti semakin banyak restoran asing yang siap saji merambah diberbagai tempat. Hal tersebut mengidentifikasikan bahwa intensitas persaingan dalam bisnis restoran semakin kuat. Jenis restoran seperti ini umumnya berada dilokasi-lokasi yang strategis.

Sehingga persaingan ini mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya, konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagai konsekuensinya setiap usaha penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen. Menurut Gulla dan Oroh (2015) dalam lewis (2021), kualitas pelayanan merupakan unsur penentu dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen. Manfaat kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan juga berpengaruh pada pengalaman konsumen secara sederhana adalah suatu proses, strategi dan implementasi dari suatu perusahaan untuk mengelola pelanggan terhadap pengalamannya dengan sebuah produk atau layanan. Pada dasarnya, penciptaan kepuasan pelanggan melalui pengalaman. Oleh karena itu, pengalaman konsumen adalah soal memahami *lifestyle* konsumen dan melebarkan pandangan pemasar dari produk ke proses konsumsi. Menurut Manus dan Lumanauw (2015) dalam lewis (2021), kepuasan pelanggan adalah respon

seseorang terhadap produk yang digunakan dengan membandingkan harapan konsumen terhadap kualitas atau kinerja produk dengan hasil yang mereka rasakan Ketika produk tersebut digunakan. Bila restoran dapat memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, konsumen akan merasa puas terhadap restoran tersebut.

Untuk itu pihak penyedia produk maupun jasa harus dapat memenuhi harapan konsumen terhadap produk dan jasa yang akan dikonsumsi dan harga yang diberikan oleh restoran pun terjangkau oleh kalangan mana pun. Seiring dengan kecepatan perkembangan dan kemajuan teknologi yang sangat pesat, pergerakan masyarakat terutama masyarakat urban menjadi sangat cepat, kebutuhan masyarakat akan produk praktis pun semakin meningkat. Sektor perdagangan dalam penyedia produk praktis saat ini adalah restoran cepat saji (fast food). Istilah fast food makin terkenal seiring dengan masuknya istilah tersebut sebagai salah satu entry dalam kamus Merriam-Webster pada 1951.

kepuasan konsumen khususnya dibidang fast food dipengaruhi oleh kualitas layanan, pengalaman konsumen, kepercayaan merek. kepercayaan merek menjadi salah satu faktor penting agar produk tersebut mampu di kenal oleh para konsumen. kedatangan raja restoranfast food dunia ini menggegerkan para merek franchise asing pendahulunya terutama KFC. Kentucky Fried Chicken (KFC) merupakan suatu bisnis yang bergerak dalam bidang Foods & Beverages yang memberikan jasa pelayanan dan menjual produk berupa ayam goreng. Kentucky Fried Chicken (KFC) juga menyajikan menu lainnya seperti Burger, Rice Chicken Pepper, Spaghetti, Zuppa Soup, Twisty, Scramble Eeg dan beberapa jenis minuman Seperti Soft Drink, Coffe Milk, Milk Tea, dan Ice Cream. Di kota besar sekarang restoran cepat saji menjadi sebuah tren gaya hidup, Kentucky Fried Chicken (KFC) Harapan Indah tetap memiliki tempat bagi para konsumennya Jam kerja atau waktu operasional Kentucky Fried Chicken (KFC) Harapan Indah buka 24 jam.

Menurut Putra (2016), Kepercayaan merek adalah aktivitas pemasaran dalam mencapai kepuasan pelanggan dengan membangun dan menjaga

kepercayaan pelanggan untuk tetap bersandar pada sebuah merek dengan memberikan nilai-nilai yang positif. Kepercayaan merek juga mempengaruhi pembelian konsumen terhadap Persaingan dalam bisnis restoran cepat saji terlihat sangat ketat. Perusahaan-perusahaan tersebut berlomba-lomba untuk menjadi dan memosisikan dirinya menjadi yang terbaik di mata konsumen dan masyarakat luas. Semakin banyaknya waralaba makanan cepat saji di Indonesia bukanlah tanpa sebab, hal ini didasari oleh semakin tingginya pola konsumsi masyarakat Indonesia terhadap makanan dan minuman jadi.

Harapan Indah merupakan salah satu lokasi yang memiliki banyak berbagai macam restoran khususnya di melimolo, Salah satunya adalah restoran KFC meskipun Kfc Cabang Harapan Indah ini banyak diminati oleh konsumen, tetapi masih banyak konsumen yang tidak puas setelah membeli kfc di Cabang Harapan Indah. Hal tersebut dilihat dari beberapa review google review. Beberapa review tersebut diantaranya adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1
Review Konsumen Kfc Harapan Indah

Nama	Review
Dimas Prastiyo	Ayam nya masih sperti ini dalem nya, dan bau amis gak jadi saya lanjutin makan udah eneg begitu muntah saya.
Desy Fuji	Pelayanan lama, makanan datangnya lama, kasir tidak transparan bilanganya CD gratis pas liat di struk ternyata bayar, bilanganya minum bisa tukar air mineral ternyata bayar juga, bukan saya ga mampu bayar cuma kurang suka aja berasa di tipu.
Muazim Putra	Pelayan kfc harapan indah songgong dan belagu

Berdasarkan hal diatas, menjadi kajian tersendiri bagi peneliti untuk meneliti tentang kualitas layanan, pengalaman konsumen dan kepercayaan merek yang di alami oleh konsumen pada restoran KFC. Maka dari itu, penulis tertarik dalam memilih judul ini sebagai berikut **”PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PENGALAMAN KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) HARAPAN INDAH”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang ada di atas maka berikut adalah rumusan masalah:

1. Bagaimana Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran KFC Harapan Indah?
2. Bagaimana pengaruh pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen pada restoran KFC Harapan Indah?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen pada restoran KFC Harapan Indah?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, pengalaman konsumen dan kepercayaan merek secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen pada restoran KFC Harapan Indah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang di harapkan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengeruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran KFC Harapan Indah.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen pada restoran KFC Harapan Indah.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen pada restoran KFC Harapan Indah.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, pengalaman konsumen dan kepercayaan merek secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen pada restoran KFC Harapan Indah.

1.4 Manfaat Penelitian

Hal penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi peneliti

Peneliti ini dapat dijadikan sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana ekonomi SE di sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)

2. Bagi PT Fast Food Indonesia, Ayam Goreng

Penelitian ini dapat di jadikan bahan masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi manajemen pemasaran terkait meningkatkan kepuasan konsumen dengan kualitas layanan, pengalaman konsumen dan kepercayaan merek.

3. Bagi Pengembangan Disiplin Ilmu

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pihak manajemen dalam mengembangkan kualitas layanan, pengalaman konsumen dan kepercayaan merek serta mempertahankan kepuasan konsumen.