

# BAB I

## PENDAHULUAN

Bab pertama dalam penelitian ini berisi pendahuluan yang terbagi menjadi beberapa bagian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penulisan serta sistematika penulisan yang akan menjadi penutup untuk bab pertama ini.

### 1.1 Latar Belakang

Bisnis yang sangat umum dan menarik perhatian para pengusaha adalah bisnis di sektor makanan dan minuman atau yang lebih umum dikenal sebagai *food & beverages*. *Food & beverages services* adalah salah satu sektor bisnis yang sangat terkenal karena adanya pertumbuhan penghasilan yang konsisten (Kemenperin.go.id, 2017). Dengan adanya pertumbuhan pebisnis muda di Indonesia, sebagian besar memulai proyek *startup* mereka di sektor makanan dan minuman, industri ini menjadi semakin populer dan bervariasi yang membantu bisnis *food & beverages* bertumbuh di kalangan muda maupun pengusaha yang sudah profesional (Przybylski, 2018).

Khususnya di Indonesia pendapatan di segmen *Food & Beverages* menjadi *Indonesia's Biggest Economic Security* karena adanya *revenue* yang selalu meningkat secara konsisten dan membangkitkan perekonomian di

Indonesia (Visioglobal.co.id, 2019). Dengan jumlah populasi Indonesia yang cukup banyak dan semakin tahun semakin bertumbuh, industri makanan dan minuman mendapatkan demand yang semakin tahun juga bertambah sehingga supply harus mengikuti peningkatan demand tersebut. Di Indonesia sektor makanan dan minuman sudah membantu meningkatkan peluang pekerjaan kepada masyarakat sehingga membuat lowongan pekerjaan lebih banyak. *food & beverages* menjadi sektor yang populer untuk berinvestasi dan juga meningkatkan produktivitas negara karena adanya aktivitas ekspor dan impor yang rutin. Menurut Przybylski (2018) dua kelompok populasi terbesar di Indonesia yang mendorong pertumbuhan di bidang *food & beverages* adalah masyarakat menengah dan milenial. Kedua kelompok ini memiliki sifat konsumtif dan jumlah kedua kelompok ini akan terus meningkat setiap tahunnya.

Ada banyak tipe restoran *food & beverages* yang masing-masing memiliki keunggulannya dan karakteristik unik. Meskipun setiap restoran memiliki keunggulan unik, restoran tetap dapat dibedakan berdasarkan faktor-faktor umum. Berikut adalah beberapa jenis restoran umum yang dapat ditemukan yaitu restoran *fine dining*, *casual dining*, *contemporary casual*, *cafe*, restoran keluarga, restoran *all you can eat (buffet)*, *food trucks*, *pop-up restaurant* dan *fast food restaurant* (Webstaurantstore.com, 2018). Dari beberapa jenis restoran ini mereka dapat dibedakan dari beberapa aspek, antara lain: kualitas makanan, kualitas pelayanan, lokasi, harga produk, suasana

lingkungan, kebersihan, strategi pasar, konsep restoran dan masih banyak lagi. *Fast food restaurant* adalah salah satu restoran yang sangat merajalela dan terlihat dimana-mana karena pertumbuhan *franchise* dan pembukaan gerai baru di lokasi berbeda setiap tahunnya (Dwijayanto, 2018). Restoran cepat saji atau yang lebih umum dikenal sebagai *fast food restaurant* sudah dianalisa akan bertumbuh lebih banyak lagi di Indonesia, pertumbuhan di industri restoran cepat saji ini menimbulkan pertumbuhan di sektor *franchise* yang semakin hari semakin banyak (Richard, 2019). Industri restoran cepat saji yang sangat populer dan menjadi favorit masyarakat Indonesia adalah McDonalds, KFC, Pizza Hut, Burger King, A&W, Wendy's dan masih banyak lagi.

Bisnis restoran cepat saji terbukti sangat agresif membangun dan ekspansi gerai baru di berbagai macam lokasi seluruh Indonesia karena kompetisi yang agresif di antara restoran cepat saji lainnya. Menurut Dwijayanto (2018) pembukaan gerai yang semakin banyak sangat membantu meningkatkan penjualan produknya sehingga pemain besar seperti McDonalds dan KFC telah membuka gerai yang semakin hari semakin banyak. Pertumbuhan yang sangat agresif ini menimbulkan persaingan antara restoran tersebut dan memotivasikan mereka untuk mendapatkan *competitive advantage* dengan cara mengeluarkan promo, meningkatkan kualitas makanan, kualitas pelayanan dan lingkungan restoran. Semakin agresif kompetisinya telah mendorong restoran lainnya untuk memperbaiki kualitas produk, pelayanan dan suasana restoran untuk menjadi yang lebih baik.

Menurut Wu dan Mohi (2015), *fast-food service quality* adalah strategi yang penting untuk kesuksesan sebuah restoran dan dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan dari pengalaman yang dirasakan dari faktor *intangible* (tidak berwujud seperti interaksi) dan faktor *tangible* (berwujud seperti makanan dan lingkungan restoran. Sangat penting untuk memperhatikan kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana restoran karena terkait pada kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap restoran cepat saji (Ryu, 2012). Kepercayaan pelanggan terhadap *fast food restaurant* juga menjadi elemen yang penting karena kepercayaan dapat menjadi tanda loyalitas pelanggan kepada *fast food restaurant* (Stathopoulou dan Balabanis, 2016). Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana/lingkungan dapat dianggap sebagai hal penting yang harus diperhatikan, dikarenakan ketiga variabel akan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Ketiga variabel tersebut berfungsi dan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yang mendorong pelanggan untuk membangun *trust* kepada perusahaan.

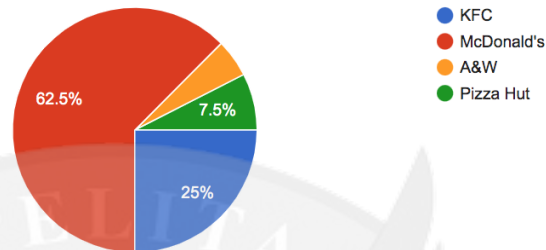
Menurut Goetsch & Davis yang dikutip dalam Tjiptono & Chandra (2005) kualitas adalah kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia dan lingkungan yang dinilai oleh konsumen apakah sudah sesuai, tidak sesuai atau melebihi harapan. Ketika kualitas dari variabel produk, pelayanan dan lingkungan diperbaiki sehingga memenuhi harapan pelanggan akan menimbulkan rasa kepuasan (*customer satisfaction*) yang akan berdampak kepada *trust*. Pelanggan yang mengunjungi restoran untuk memesan produknya

akan menilai apakah pelayanan yang dirasakan sudah baik, dan setelah itu pelanggan akan menilai produk (makanan dan minuman) yang sudah dibeli enak dan sesuai ekspektasi. Pelanggan juga akan menilai apakah lingkungan dan suasana restoran sudah nyaman dari awal mengunjungi hingga akhir meninggalkan restoran.

Penelitian ini adalah modifikasi dari penelitian Carranza et al. (2018), mengenai *influence of quality on satisfaction and customer loyalty*, penelitian tersebut membicarakan tentang variabel *service quality*, *food quality* dan *atmosphere* memiliki dampak *positive effect* terhadap *satisfaction and trust*. Penelitian ini akan membahas dan menganalisis tentang restoran cepat saji A&W di Jakarta, bagaimana kualitas produk, pelayanan dan lingkungan A&W berdampak kepada tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan A&W. Grafik dibawah adalah hasil dari kuesioner *preliminary* yang dibuat dan dibagikan oleh peneliti. Dalam kuesioner tersebut ada pertanyaan mengenai “Apa *fast food restaurant* favorit anda?” Dengan pilihan KFC, McDonalds, A&W dan Pizza Hut. Hasil dari kuesioner tersebut dapat dilihat dibawah dengan hasil restoran *fast food* favorit adalah McDonald’s dan paling tidak favorit adalah A&W.

### Apa Restoran Fast Food Favorit Anda?

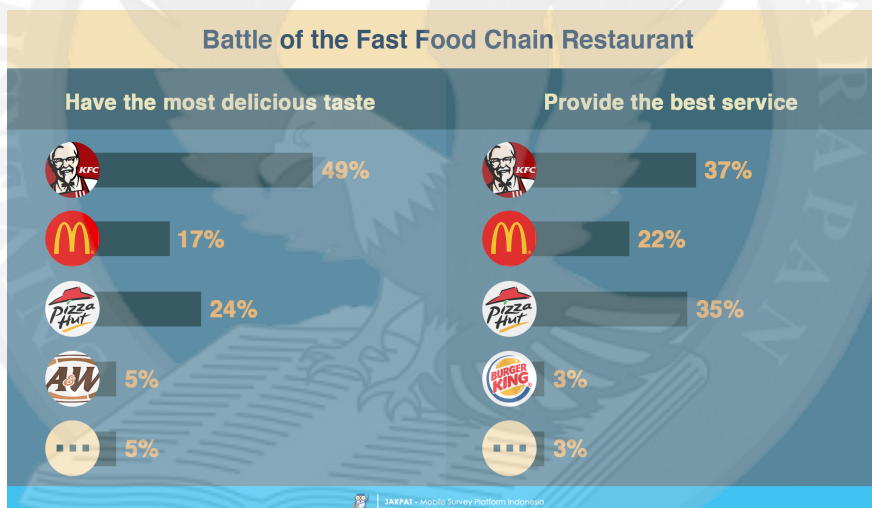
40 responses



Gambar 1.1 Hasil Survei Kuesioner  
Sumber: Eko Soeparman (2020)

Restoran cepat saji Allen & Wright atau lebih dikenal sebagai A&W adalah salah satu restoran cepat saji yang cukup terkenal di Indonesia. Berawal dari penemunya Roy W. Allen pada Tahun 1919 membuka stand *root beer* kecil di pinggir jalan. Pada Tahun 1922 Roy Allen mulai bekerja sama dengan partnernya Frank Wright, disinilah muncul nama A&W, “A” untuk Allen dan “W” untuk Wright (Awrestaurants.com, 2020). Setelah itu A&W lanjut berekspansi dengan menjual *franchise* dan menjadi jaringan restoran waralaba pertama di Amerika (*first franchise restaurant chain in America*). Dari situ A&W mulai bertumbuh secara global dan restoran A&W diperkenalkan di negara-negara Asia, salah satunya Indonesia. Pertama kali A&W buka di Indonesia pada tahun 1985, mereka sangat dikenal karena minuman *root beer float* yang tidak mengandung alkohol ketika awal muncul di Indonesia (Audina, 2018). Selain minuman *root beer float* A&W menawarkan menu makanan & minuman seperti *golden/spicy aroma fried chicken*, burger, perkedel, sop, curly

*fries*, dan produk lainnya agar ada variasi makanan. Situs resmi A&W menyatakan bahwa filosofi A&W adalah ‘Just AWesome’, yang dimaksud adalah dimana “A” untuk *Approachable and Welcoming service that puts you first* - Pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan & “W” untuk *Wholesome fast food that is made fresh at the restaurants* - menggunakan hanya bahan yang terbaik (Awrestaurants.co.id, 2016). Meskipun adanya filosofi dari A&W, terlihat di infografik Gambar 1.2 tentang restoran cepat saji dengan kualitas produk yang lezat dan kualitas pelayanan terbaik tapi tetap dominasi oleh KFC, McDonalds dan Pizza Hut.



Gambar 1.2 *Battle of the Fast Food Chain Restaurant*  
 Sumber: (blog.jakpat.net, 2016)

Informasi dari infografik diatas menunjukkan posisi A&W yang dibawah ketika dibandingkan restoran cepat saji lainnya, ini menimbulkan rasa ingin mengetahui terhadap hal-hal yang mempengaruhi posisi A&W yang kalah dengan KFC, McDonalds, Pizza Hut dan kompetitor lainnya. Ketika

dibandingkan dengan kompetitor seperti KFC, McDonalds, Pizza Hut dan Burger King, terlihat bahwa A&W kalah bersaing dalam *fast food restaurant* di Indonesia.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijabarkan diatas dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan A&W Jakarta?
- 2) Apakah variabel kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan A&W Jakarta?
- 3) Apakah variabel lingkungan restoran berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan A&W Jakarta?
- 4) Apakah variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap variabel kepercayaan pada pelanggan A&W Jakarta?



### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan inti permasalahan yang telah diuraikan dalam perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

- 1) Untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan A&W Jakarta.
- 2) Untuk menguji apakah variabel kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan A&W Jakarta.
- 3) Untuk menguji apakah variabel lingkungan restoran berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan A&W Jakarta.
- 4) Untuk menguji apakah variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap kepercayaan pada pelanggan A&W Jakarta.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan memiliki manfaat untuk universitas, perusahaan dan pihak lainnya. Manfaat penelitian dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis digunakan untuk mengumpulkan informasi secara ilmiah di industri *fast food restaurant* khususnya untuk kualitas pelayanan, kualitas makanan, suasana lingkungan restoran, kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen. Penelitian ini diharapkan

bermanfaat untuk perusahaan A&W untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

## 2) Manfaat Praktis

Manfaat praktis dapat digunakan perusahaan A&W dalam meningkatkan kualitas makanan, kualitas pelayanan dan suasana lingkungan agar terciptanya kepuasan konsumen di restoran cepat saji yang meningkatkan kepercayaan konsumen. Penelitian dapat memberikan saran positif kepada A&W Jakarta untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat secara akademik untuk menyediakan informasi secara *scientific* (ilmiah).

### 1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian menunjukkan bagaimana penelitian akan disusun agar lebih jelas, rapi dan rinci. Sistematika penelitian adalah seperti berikut:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pertama menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dalam penelitian, manfaat dalam penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab kedua menjelaskan tentang teori yang relevan pada penelitian ini seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, suasana lingkungan, kepuasan konsumen dan kepercayaan pelanggan. Bab dua juga menjelaskan pengembangan hipotesis penelitian.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ketiga menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini. Bab tiga menjelaskan tentang objek dan subjek penelitian, unit analisis, jenis penelitian, operasionalisasi variabel, teknik pengambilan data, metode pengumpulan data, metode analisis data serta pengujian instrumen penelitian. Hal-hal seperti pengukuran variabel-variabel dari model indikatornya dan teknik-teknik yang digunakan dalam metode penelitian.

## **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat menjelaskan tentang analisis data yang sudah terkumpul melalui kuesioner yang disebar dan jawaban untuk rumusan masalah. Bab empat menjelaskan tentang studi

pendahuluan (*preliminary test*), profil responden, statistik deskriptif, statistik inferensial, dan studi aktual.

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab kelima menjelaskan tentang kesimpulan dan saran penelitian. Bab lima menjelaskan penyelesaian dari masalah yang telah dirumuskan serta memberikan saran yang berhubungan dengan kesimpulan.

