

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan ini terdapat latar belakang masalah yang menjadi pokok masalah yang akan diteliti. Dari latar belakang masalah yang ada, masalah tersebut diidentifikasi ke dalam bentuk pertanyaan. Penulis juga merumuskan masalah agar mempermudah penelitian yang akan dilakukan.

Dikarenakan keterbatasan penulis selama melakukan penelitian ini, maka penulis menentukan rumusan masalah. Setelah itu terdapat tujuan penelitian yang disimpulkan dari rumusan masalah yang telah ditentukan dan yang terakhir ditutup dengan manfaat penelitian.

### **1.1. Latar Belakang**

Bisnis di sektor makanan dan minuman atau biasa disebut *food & beverages* adalah bisnis yang sangat umum dan banyak menarik perhatian pengusaha-pengusaha di Indonesia terutama di Jakarta. *Food & beverages* adalah salah satu industri bisnis yang sangat terkenal karena adanya pertumbuhan penghasilan yang konsisten. (Kemenperin.go.id, 2017). Dengan tumbuhnya pebisnis muda di Indonesia yang sebagian besar memilih bisnis startup mereka di sektor *food & beverages*, industri ini menjadi semakin diminati dan beragam yang membantu bisnis *food & beverages* tumbuh di kalangan pengusaha muda dan pengusaha profesional (Przybylski, 2018).

Dengan jumlah penduduk Indonesia yang besar dan terus bertambah dari tahun ke tahun, industri *food & beverages* semakin banyak permintaannya, sehingga pasokan harus mengikuti permintaan yang terus meningkat. Di Indonesia, sektor makanan dan minuman telah membantu meningkatkan kesempatan kerja bagi masyarakat, sehingga menciptakan lebih banyak lapangan pekerjaan. *Food & beverages* telah menjadi sektor yang populer untuk berinvestasi dan juga meningkatkan produktivitas negara karena kegiatan ekspor dan impor yang rutin. Menurut (Przybylski, 2018), dua kelompok populasi terbesar di Indonesia yang mendorong pertumbuhan industri makanan dan minuman adalah kelas menengah dan milenial. Kedua kelompok ini memiliki karakter konsumtif dan jumlah kelompok tersebut akan terus meningkat setiap tahunnya.

Hari ini banyak sekali jenis-jenis restoran *food & beverages* yang memiliki keunggulan dan keunikannya masing-masing dalam menjual produknya. Mereka berlomba untuk mendapatkan hati pelanggan dengan berbagai konsep yang ditawarkan. Berikut ini beberapa contoh jenis restoran yang berkembang di Indonesia yaitu restoran casual dining, restoran all you can eat, restoran fine dining, *café*, *food truck*, dan restoran *fast food* (Webstaurantstore.com, 2018). Jenis restoran tersebut dapat dibedakan melalui beberapa aspek, yaitu : lokasi, kualitas makanan, harga makanan, kualitas pelayanan, suasana restoran, konsep yang di tawarkan, dan masih banyak lagi.

Restoran cepat saji yang biasa juga disebut *fast food restaurant* telah di analisa akan menjadi suatu bisnis yang akan terus bertumbuh seiring berjalannya waktu di negara Indonesia, pertumbuhan bisnis di industri ini akan menimbulkan pertumbuhan

bisnis di dalam sektor *franchise* yang semakin hari semakin banyak (Richard, 2019). Industri *fast food restaurant* sudah sangat banyak dan menjadi kesukaan masyarakat Indonesia adalah McDonalds, A&W, Burger King, Wendy's, KFC, dan masih banyak lainnya yang tidak bisa di sebutkan satu per satu.

Industri makanan cepat saji berkembang dengan pesat dan membuat kebiasaan yang baru di dalam keseharian masyarakat Indonesia terutama di kota- kota besar. Pelanggan restoran cepat saji yang datang tidak hanya untuk makan, tetapi mereka juga di berikan pengalaman yang baru yang membuat mereka nyaman yang akhirnya membuat pelanggan di lain waktu ingin kembali ke restoran cepat saji tersebut. Di dalam restoran cepat saji juga bisa menjadi tempat untuk membuat janji, mengisi waktu luang, mengerjakan tugas, dan berkumpul dengan saudara atau teman.

Selain itu, pelanggan dari generasi baru mencari nilai dan keautentikan di dalam pengalaman makan mereka, jadi restoran cepat saji yang masih tradisional merasa kesulitan untuk mengikuti perkembangan tersebut (Ryu et al., 2012). Beberapa peneliti telah mengindikasi bahwa industri restoran cepat saji sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan (Qin & Prybutok, 2009). Namun, mereka tidak memiliki kemampuan yang memadai untuk menguji kualitas pelayanan pada restoran cepat saji karena hal tersebut harus dipertimbangkan agar dapat menjadi strategi yang tepat dalam studi kepuasan dan kesetiaan pelanggan restoran cepat saji (Wu & Mohi, 2015).

Sektor bisnis restoran cepat saji ini sudah terbukti cepat berkembang seperti membuat gerai-gerai yang baru di banyak lokasi di seluruh Indonesia karena banyaknya pesaing dan ketatnya kompetisi antara restoran- restoran yang lainnya. Hal

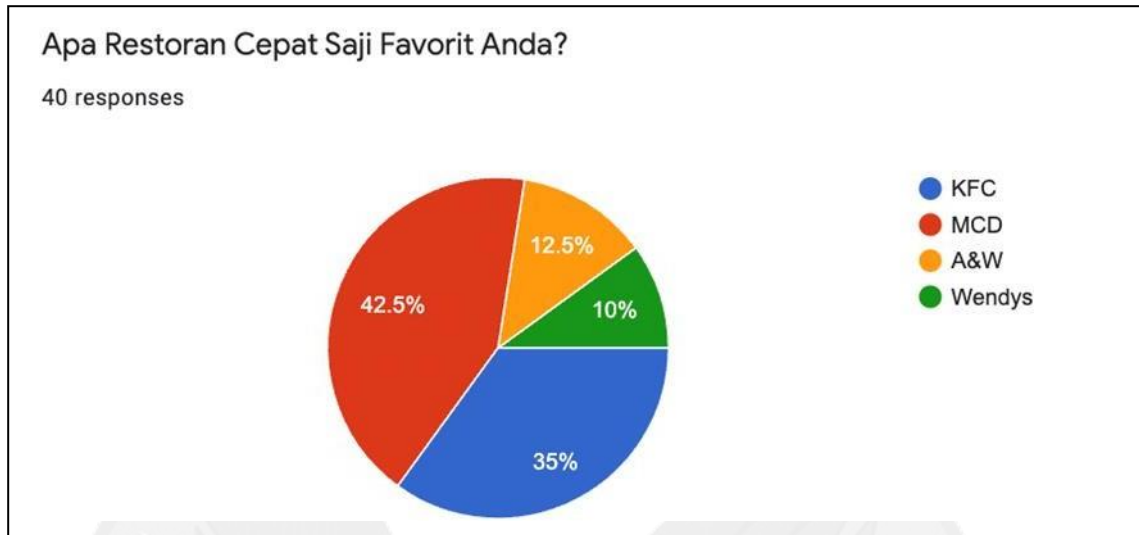
tersebut membuat motivasi secara tidak langsung seperti membuat promo menarik, meningkatkan kualitas makanan, memperbaiki kualitas pelayanan, serta memperbaharui lingkungan restoran. Hal tersebut menjadikan kompetitor merasa tersaingi dan sama- sama memperbaiki dan mengembangkan restorannya.

Menurut (Wu & Mohi, 2015), kualitas layanan makanan cepat saji merupakan strategi penting untuk mewujudkan kesuksesan sebuah restoran dan dapat dipakai untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap pengalaman yang dirasakan dari *intangible* (seperti interaksi tidak berwujud) dan *tangible* (berwujud seperti suka). makanan dan lingkungan restoran Sangat penting untuk memperhatikan kualitas produk, kualitas layanan dan suasana restoran karena ini terkait dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan restoran cepat saji (Ryu et al., 2012). Kepercayaan pelanggan pada restoran cepat saji juga merupakan elemen penting karena kepercayaan dapat menjadi tanda loyalitas pelanggan terhadap restoran cepat saji (Stathopoulou & Balabanis, 2016). Variabel kualitas produk, kualitas layanan dan suasana/lingkungan dapat dianggap sebagai isu penting mempertimbangkan. karena ketiga variabel tersebut akan saling mempengaruhi, ketiga variabel tersebut bekerja dan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan mendorong pelanggan untuk membangun kepercayaan terhadap perusahaan.

Menurut Goetsch & Davis yang dikutip dalam (Tjiptono & Chandra, 2005) kualitas adalah suatu kondisi yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia dan lingkungan yang dinilai oleh konsumen sesuai, tidak sesuai atau di atas harapan. Ketika kualitas produk, layanan dan variabel lingkungan ditingkatkan untuk memenuhi

harapan pelanggan, hal ini akan menimbulkan rasa kepuasan (kepuasan pelanggan) yang berdampak pada kepercayaan. Pelanggan yang mengunjungi restoran untuk memesan produknya akan menilai pelayanan yang dirasakan baik, kemudian pelanggan akan menilai produk yang dibeli (makanan dan minuman) enak dan sesuai harapan. Pelanggan juga akan menilai apakah lingkungan dan suasana restoran nyaman dari awal kunjungan hingga akhir pintu keluar restoran.

Penelitian ini merupakan sebuah modifikasi dari penelitian terdahulu yaitu (Carranza et al., 2018), dengan judul *influence of quality on satisfaction and customer loyalty*, dalam penelitian tersebut membahas tentang *service quality, food quality* dan *atmosphere* yang berpengaruh terhadap *satisfaction, trust* dan *loyalty*. Penelitian ini akan membahas dan menganalisis tentang restoran KFC di Jakarta, bagaimana kualitas makanan, kualitas pelayanan, serta suasana lingkungan KFC yang memberi dampak kepada tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan KFC. Grafik dibawah ini adalah hasil dari kuisisioner *preliminary* yang dibuat dan dibagikan oleh peneliti. Pertanyaan yang tercantum dalam kuisisioner tersebut “Apa Restoran Cepat Saji Favorit Anda?” Dengan beberapa pilihan restoran yaitu KFC, McDonald’s, A&W, dan Wendys. Hasilnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini dengan hasil restoran cepat saji terfavorit adalah McDonald’s sedangkan di urutan kedua ada KFC dan yang paling tidak favorit adalah Wendys.

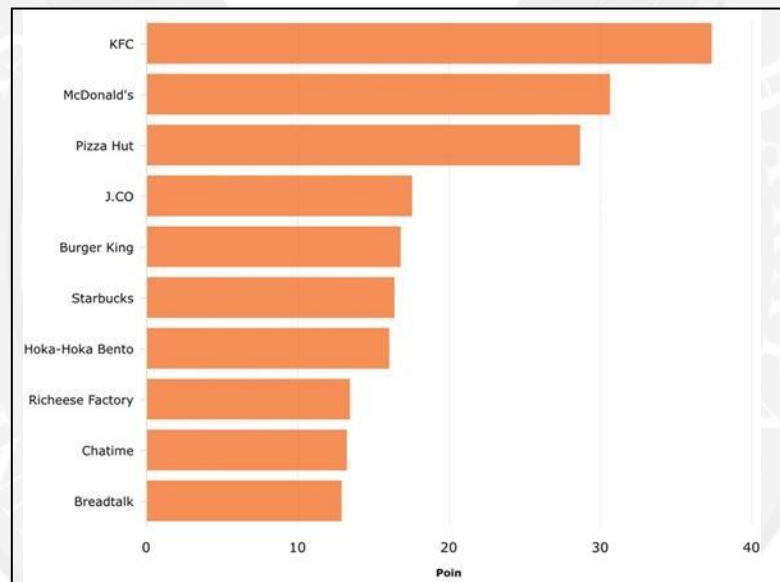


**Gambar 1. 1 Hasil Survei Kuesioner**

**Sumber : Daniel Sujono (2021)**

Restoran cepat saji KFC atau *Kentucky Fried Chicken* berasal dari Amerika Serikat dan didirikan oleh Kolonel Harland Sanders. Masuk ke Indonesia yaitu PT. *Fast Food Indonesia, Tbk* yang didirikan oleh keluarga Gelael pada tahun 1978. Lalu pada tahun 1979, perseroan mendapat akuisisi waralaba dengan pembukaan KFC pertama di Melawai, Jakarta. Karena terbukti sukses akhirnya mereka melakukan ekspansi ke berbagai daerah di Indonesia antara lain Bandung, Surabaya, Semarang, Manado, Makassar, dan Medan (*Kentucky Fried Chicken (KFC)*, n.d.). Produk utama yang mereka tawarkan adalah *Colonel's Original Recipe* dan *Hot & Crispy* yang selalu menjadi produk ayam paling favorit dibandingkan dengan restoran lainnya. KFC juga berkomitmen untuk mempertahankan visi sebagai pemimpin industri restoran cepat saji dengan tetap memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Mereka meyakini ketika

memiliki visi yang kokoh, misi, dan objektif jangka panjang serta strategi dan nilai korporasi yang jelas maka akan terus menjadikan KFC sebagai restoran cepat saji paling favorit di Indonesia (*Kentucky Fried Chicken (KFC)*, n.d.). Terlihat di infografik gambar tentang restoran cepat saji dengan indikator impresi, kualitas, nilai, kepuasan, rekomendasi, dan reputasi yang tetap terlihat unggul adalah KFC, McDonald's, dan Pizza Hut.



**Gambar 1. 2 Skor Indeks Merek Makanan Cepat Saji Indonesia**

**Sumber : (databoks.katadata.co.id, 2021)**

Informasi dari infografik diatas menunjukkan KFC berada di urutan teratas dibandingkan restoran cepat saji yang lainnya, hal tersebut menimbulkan rasa ingin tahu terhadap hal- hal yang mempengaruhi posisi KFC yang menjadi nomor satu di

Indonesia dan apakah dapat di terapkan dan menjadi nomor satu di KFC  
JaBoDeTaBek.

## **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 KFC Jabodetabek?
- 2) Apakah variabel kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan KFC Jabodetabek?
- 3) Apakah variabel lingkungan restoran berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan KFC Jabodetabek?
- 4) Apakah variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap variabel kepercayaan pada pelanggan KFC Jabodetabek?
- 5) Apakah variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pada pelanggan KFC Jabodetabek?
- 6) Apakah variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas melalui kepercayaan pada pelanggan KFC Jabodetabek?

## **1.3. Tujuan Penelitian**



Tujuan penelitian yang telah disesuaikan dengan permasalahan yang sudah diuraikan pada perumusan masalah adalah untuk :

- 1) Untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan KFC Jabodetabek.
- 2) Untuk menguji apakah variabel kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan KFC Jabodetabek.
- 3) Untuk menguji apakah variabel lingkungan restoran berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan KFC Jabodetabek.
- 4) Untuk menguji apakah variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap kepercayaan pada pelanggan KFC Jabodetabek.
- 5) Untuk menguji apakah variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pada pelanggan KFC Jabodetabek.
- 6) Untuk menguji apakah variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas melalui kepercayaan pada pelanggan KFC Jabodetabek.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

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

- 1) Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi secara ilmiah di dalam industri *fast food* restaurant ,terutama mengenai kualitas pelayanan, kualitas makanan, suasana lingkungan restoran, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu perusahaan KFC untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

## 2) Manfaat Praktis

Manfaat praktis diharapkan dapat dipakai perusahaan KFC untuk 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 KFC 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.



## **BAB II**