

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Makanan merupakan hal yang bisa dibilang sangat penting dan sangat dibutuhkan oleh manusia untuk bertahan hidup, makanan bisa dibilang kebutuhan primer yang setiap harinya sangat dibutuhkan oleh manusia dan selalu dijadikan sesuatu yang utama agar manusia dapat melanjutkan aktivitas mereka dan kegiatan mereka sehari-hari, bisa dibilang makanan itu seperti ibarat bahan bakar untuk mengisi suatu mesin agar bisa bergerak dan dapat berfungsi, semua manusia pasti membutuhkan kebutuhan pokok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, disini makanan merupakan sesuatu yang dapat dikonsumsi oleh manusia saat dibutuhkan, ataupun untuk mengisi perut sebelum makan besar dan juga bisa menjadi sesuatu yang dapat dikonsumsi saat bosan atau jenuh saat menunggu sesuatu.

Menurut Kementerian Perindustrian Indonesia Industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional pada tahun depan. Peran penting strategis ini terlihat dari kontribusi yang konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) industri non-migas serta peningkatan realisasi investasi (www.kemenperin.go.id, diunduh pada tanggal 29 maret 2022). Kementerian Perindustrian mencatat, sumbangan industri makanan dan minuman kepada PDB industri non-

migas mencapai 34,95 persen pada Triwulan III tahun 2017 (www.kemenperin.go.id, diunduh pada tanggal 29 maret 2022). Hasil kinerja ini menjadikan sektor tersebut kontributor PDB industri terbesar dibanding subsektor lainnya. Capaian tersebut mengalami kenaikan 4% dibanding periode yang sama tahun 2016. Sedangkan, kontribusinya terhadap PDB nasional sebesar 6,21% pada Triwulan III/2017 atau naik 3,85% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya (www.kemenperin.go.id, diunduh pada tanggal 29 maret 2022). Dilihat dari perkembangan realisasi investasi, sektor industri makanan dan minuman untuk penanaman modal dalam negeri (PMDN) Triwulan III/2017 mencapai 27,92 Triliun atau meningkat sebesar 16,3% dibanding periode yang sama tahun 2016. Sedangkan, untuk penanaman modal asing (PMA) sebesar USD1,46 Miliar. (www.kemenperin.go.id, diunduh pada tanggal 29 maret 2022).



Gambar 1. 1 Trend Data Pertumbuhan Industri Makanan Dan Minuman 2010-2021
 Sumber : <https://www.dataindustri.com/> (diunduh pada tanggal 30 maret 2022)

Gambar 1.1 Menunjukkan Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2010-2021, di sepanjang tahun 2021, industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang positif sebesar 2,97 persen.

(<https://www.dataindustri.com/> diunduh pada tanggal 30 maret 2022).



Meskipun masih menunjukkan kinerja yang positif dan lebih baik dari beberapa sektor industri lain yang mengalami kinerja negatif, namun pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2021 (sampai semester 3) masih lebih kecil dibandingkan pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2019 dan sebelum-sebelumnya. (<https://www.dataindustri.com/> diunduh pada tanggal 30 maret 2022).

Di era covid-19 saat ini bisa dibilang industri makanan dan minuman tidak akan pernah mati karena makanan dan minuman sendiri merupakan kebutuhan pokok bagi manusia untuk dapat melangsungkan kehidupan dan sangat penting bagi tubuh manusia, dimasa pandemic ini banyak orang yang berbondong-bondong mencari makanan dan minuman sampai mengakibatkan permintaan akan makanan dan minuman menjadi tinggi. Banyak masyarakat menerapkan pola makan yang baru karena masyarakat cenderung berpikir untuk menjaga Kesehatan dan fisik mereka dengan mengkonsumsi makanan yang sehat dan bergizi untuk menjaga daya tahan tubuh agar tetap kuat. Jika membicarakan tentang industrimakanan dan minuman bisa dibilang bisnis makanan dan minuman di setiap tahunnya terus bertumbuh dan berkembang pesat seiring berjalannya waktu.

Masa depan bisnis kuliner di Indonesia masih punya peluang sangat besar. Bisnis Food&Beverage (F&B) atau makanan dan minuman bisa dibilang merupakan kategori bisnis paling populer di tengah masyarakat, selama masih ada manusia yang memiliki kebutuhan pokok

pangan, selama itulah bisnis makanan dan minuman akan memiliki pelanggan. Populasi besar yang dimiliki Indonesia tentunya adalah keuntungan yang menjadikan pasar bisnis kuliner seakan tidak ada habisnya. Mulai dari bisnis dengan model waralaba, kemitraan, ataupun inovasi makanan dan minuman kekinian.. Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman di Indonesia terjadi hampir di seluruh provinsi dan kota di Indonesia, termasuk provinsi Sulawesi Utara, Kota Manado. (<https://mediaindonesia.com/> diunduh pada tanggal 30 maret 2022).

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang menjanjikan di Kota Manado. Pendapatan para pebisnis bisa dikatakan fantastis. Bisa dilihat berbagai rumah makan yang ada di Manado sangat banyak bahkan sampai di sudut kota Manado (<https://mediaindonesia.com/> diunduh pada tanggal 30 maret 2022). Di kota manado bisa dilihat berbagai macam restoran, mulai dari restoran yang besar sampai kepada restoran yang kecil dengan berbagai varian makanan yang disediakan dengan harga yang bervariasi. Dan di Kota Manado ada sebuah restoran cepat saji yang mempunyai ciri khas dari negara barat salah satunya dari negara Amerika. (<https://manado.tribunnews.com> diunduh pada tanggal 30 maret 2022).



Gambar 1. 2 Logo Burger King

Sumber : <https://id.pinterest.com> (diunduh pada tanggal 30 maret 2022)

Gambar 1.2 menunjukkan salah satu restoran ternama di Manado yaitu Burger King, franchise cepat saji yang terkenal ini menarik konsumennya untuk singgah dan merasakan kenikmatan burger panggang, kentang goreng, serta milkshake yang terkenal. Outlet Burger King di Kota Manado didirikan pada Bulan Mei 2021 bertempat di Kawasan Megamas Manado dan berjumlah satu outlet saja karena masih bisa dibilang baru didirikan di Kota Manado.

Burger King adalah restoran makanan siap saji yang didirikan pada tahun 1954 di Jacksonville, Florida, Amerika dan berkantor pusat di Miami, Florida, Amerika. Di Indonesia sendiri awalnya pemilik burger king di Indonesia adalah PT Mitra Adi Perkasa Tbk (MAPI) melalui anak usahanya PT Sari Burger Indonesia (SBI) sebagai pengelola Burger King. (<https://today.line.me> diunduh pada tanggal 30 maret 2022).

Dan selanjutnya MAPI telah menandatangani perjanjian investasi dengan QSR Indoburge Pte. Ltd. Mapi kemudian melakukan divestasi atau mengurangi kepemilikan sahamnya di SBI untuk mengejar skala ekonomis, dengan cara tersebut investasi yang dibutuhkan untuk membuka gerai menjadi lebih ringan lantaran MAPI sebagai pemegang saham minoritas investasinya tidak sebesar mitra baru MAPI tersebut. (<https://today.line.me> diunduh pada tanggal 30 maret 2022).

Burger King adalah restoran cepat saji yang dipilih sebagai objek dari penelitian ini. Burger King yang akan digunakan sebagai objek dari penelitian ini adalah Outlet Burger King Kawasan Megamas Manado. Di Kota Manado sendiri Burger King bisa dibilang sudah mulai mengeluarkan menu-menu mereka untuk menarik perhatian para konsumen dan berbagai jenis promo telah dilakukan tapi masih bisa dibilang Burger King masih kalah dalam persaingan antar restoran fast food di Kota Manado.

NO	Restoran Fast Food Di Manado	Jumlah Cabang Manado	Tahun Berdiri Di Indonesia
1	Burger King	1	1986
2	KFC	10	1979
3	McDonalds	2	1991
4	Pizza Hut	5	1984

Tabel 1 1 Tabel Persaingan Burger King
Sumber : Data diolah 2022

Tabel 1.1 menunjukkan ada Sebagian restoran fast food sejenis burger king di kota manado yang menawarkan menu-menu khas amerika

lainnya. Diantaranya adalah KFC yang dimana KFC memiliki 10 outlet yang tersebar di Manado dan KFC ini berdiri pada tahun 1979 di Indonesia, selanjutnya ada McDonalds, pada awal masuknya McDonalds di kota Manado masyarakat kota Manado sangat antusias untuk mengonsumsi produk-produk dari McDonalds pada saat awal pembukaannya, McDonalds sendiri memiliki 2 outlet di kota Manado dan McDonalds sendiri berdiri pada tahun 1991 di Indonesia, selanjutnya ada Pizza Hut yang bisa dibilang terkenal di kota Manado karena memiliki 5 outlet di kota Manado dan Pizza Hut berdiri tahun 1984 di Indonesia (<https://www.industri.kontan.co.id> diunduh pada tanggal 7 April 2022),

Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh Burger King yang mempengaruhi *Customer Loyalty* pada pelanggan. Yang pertama adalah *Service Quality* Menurut Sampara dan Sinambela (2011) Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Ibrahim Hardiyansyah (2011) Kualitas Pelayanan atau *Service Quality* merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut. Adanya *Service Quality* untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Pada gambar 1.3, terlihat bahwa cara pelayanan dari Burger King melayani konsumen dengan baik dan juga dengan cepat, baik,

serta ramah dan menutun konsumen dan merekomendasikan menu yang direkomendasikan oleh burger king sendiri.



Gambar 1. 3 Kualitas Pelayanan Burger King
Sumber : www.google.com (diunduh pada tanggal 8 april 2022)

Faktor kedua yang berpengaruh berikutnya adalah *Social Enjoyment*. *Social enjoyment* bisa diartikan sebagai salah satu jenis kebutuhan yang berdasarkan arah dari motivasi yang bersifat subjektif dan experiential, yang berarti bahwa konsumen akan mengandalkan suatu produk atau melakukan kegiatan tertentu untuk menemukan kebutuhan mereka sebagai pemberi kegembiraan, kepercayaan diri, khayalan atau tanggapan emosional lainnya (Utami, 2010:49). Sedangkan menurut Longman Dictionaries *Social Enjoyment* dapat diartikan sebagai perasaan senang yang didapatkan dari memiliki atau melakukan sesuatu, atau sesuatu yang disukai.



Gambar 1.4 Social Enjoyment

Sumber : www.google.com, www.instagram.com (diunduh pada tanggal 9 april 2022)

Gambar 1.4 di atas kita bisa melihat bahwa konsumen menjadikan restoran sebagai tempat untuk mencari makanan cepat saji dengan menu khasnya dan melakukan aktivitas seperti berfoto dan mereview makanan dari restoran Burger King serta merekomendasikan dan memberi tanggapan yang positif terhadap menu yang disediakan seperti yang terlihat dari gambar 1.4 mengenai *Social Enjoyment*.

Faktor yang berpengaruh berikutnya adalah *Cleaness*. Menurut Aritonang (2005) di dalam menentukan kepuasan pelanggan khususnya mengenai restoran, faktor kebersihan juga memiliki pengaruh yang sangat besar sekali karena pelanggan dimanapun juga memiliki keinginan yang sama dimana makanan yang dia makan, yang memasak, bahan makanan, pengolahan, serta tempatnya harus benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit. Sedangkan menurut Retno (2002) faktor kebersihan

merupakan upaya pencegahan penyakit dan menjaga kesehatan lingkunganhidup.



Gambar 1. 5 Kebersihan Restoran

Sumber : www.google.com (diunduh pada tanggal 12 april 2022)

Gambar 1.5 kita bisa melihat bahwa kebersihan di restoran burger king merupakan hal yang penting karena menyangkut kenyamanankonsumen yang akan datang maupun yang sudah ada di dalam restoran tersebut, lantai, tempat duduk, meja maupun piring serta gelas minuman dalam keadaan yang sangat bersih. Makanan dan minuman juga disimpan dalam satu tempat yang bersih yang kemudian ditaruh ke piring agar dapat dinikmati oleh konsumen yang datang ke Burger King.

Faktor yang berpengaruh berikutnya adalah *Aesthetic*. Menurut Jakob Sumardjo (2000) *Aesthetic* mempersoalkan hakikat keindahan alam dan karya seni, sedangkan filsafat seni mempersoalkan hanya karya seni atau benda seni, atau artifak yang disebut seni.



Gambar 1. 6 Keindahan Restoran Burger King
Sumber : www.google.com (diunduh pada tanggal 12 april 2022)

Gambar 1.6 menunjukkan keindahan dari restoran Burger King yang bernuansa restoran barat-barat yang ada, dengan tatanan dan desain interior yang menarik burger king dapat menarik para konsumen yang ada untuk datang dan makan di restoran mereka dan membuat para konsumen nyaman dengan suasana yang diberikan oleh Burger King sendiri.

Faktor yang berpengaruh berikutnya adalah *Cost*. Menurut Mulyadi (2016:8) *Cost* atau Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.



Gambar 1. 7 Menu dan Harga

Sumber : (www.Traveloka.com, diunduh pada tanggal 12 april 2022)

Pada gambar 1.7 kita bisa melihat harga dan menu yang tertera di restoran burger king di seluruh outlet burger king, makanan yang terdapat di restoran ini dapat dikatakan berkualitas sepadan dengan harga yang diberikan baik itu kualitas makanan, kualitas pelayanan, kualitas tempat, serta harga yang bersahabat dengan konsumen. Kemudian dengan mengadakan suatu event di restoran tersebut Burger King akan memberikan makanan gratis kepada para tamu undangan dari acara yang dilaksanakan.



Gambar 1. 8 Review Customer Burger King
 Sumber : www.Traveloka.com (diunduh pada tanggal 12 april 2022)

Gambar 1.8 adalah review mengenai pelayanan dari Restoran Burger King, yang terlihat dimana customer tersebut yang memesan merasa proses pelayanan cepat serta puas dengan pelayanan dari karyawan burger king kemudian ada juga pelanggan yang merasa puas dengan makanan yang disediakan burger king serta membuat keinginan konsumentersebut terpenuhi.

Faktor yang berpengaruh berikutnya adalah *Customer Satisfaction*. Menurut Kotler (2009) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas.

Customer Loyalty atau *Loyalitas Pelanggan* Menurut Tunggal (2008), *customer loyalty* atau loyalitas konsumen adalah kelekatan pelanggan pada suatu merek, pabrikan, pemberi jasa, atau entitas lain

berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik, seperti pembelian ulang. *Customer Loyalty* Burger King Manado timbul karena adanya *Service Quality, Social Enjoyment, Cleanness, Aesthetics, dan Cost* melalui *Customer Satisfaction* yang diberikan Burger King Manado kepada pelanggan.

Langkah yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan *Survey* terkait dengan penilaian konsumen untuk melakukan pengukuran terhadap tingkat kepuasan (*Satisfaction*) apakah cenderung tidak puas atau sebaliknya sangat puas. Kemudian mengukur seberapa besar pengaruh aspek-aspek tersebut terhadap *Customer Loyalty* dari pelanggan Burger King Kota Manado.

Berdasarkan uraian di atas, yang telah menarik minat penulis untuk melakukan penelitian mengenai "Analisis Faktor *Service Quality, Social Enjoyment, Cleanness, Aesthetic, Dan Cost* Terhadap *Satisfaction Dan Loyalty* Pada Pelanggan Burger King Di Manado". Hasil penelitian ini pada akhirnya diharapkan akan mampu menunjukkan bagaimana pengaruh *Satisfaction* terhadap *Loyalty* dalam konteks bisnis *Fast Food dan Beverage* yaitu *Restaurant*, khususnya terkait dengan pelanggan Burger King di Manado yang menjadi objek dalam penelitian ini.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuesioner kepada objek yang diteliti.
2. Adapun karakteristik responden yang diteliti adalah sebagai berikut :
 - i. Pria dan Wanita
 - ii. Berusia 18-60 tahun (klasifikasi usia pemuda menurut WHO)
 - iii. Berdomisili di Manado
 - iv. Minimal mengunjungi dan membeli makanan di Burger King Megamas Manado minimal 3 (tiga) kali dalam kurun waktu 1 (satu) tahun terakhir
 - v. Pernah berinteraksi dengan karyawan Burger King.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka penulis menggunakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Burger King di Manado?
2. Apakah *Social Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Burger King di Manado?
3. Apakah *Cleanness* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Burger King di Manado?
4. Apakah *Aesthetics* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Burger King di Manado?
5. Apakah *Cost* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Burger King di Manado?
6. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Burger King di Manado?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk meneliti *Satisfaction dan Loyalty* pada pelanggan Burger King di Manado. Tujuan Spesifik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk meneliti dan menganalisa *Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan Burger King Manado.

2. Untuk meneliti dan menganalisa *Social Enjoyment* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan Burger King Manado
3. Untuk meneliti dan menganalisa *Cleanness* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan BurgerKing Manado
4. Untuk meneliti dan menganalisa *Aesthetic* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan BurgerKing Manado
5. Untuk meneliti dan menganalisa *Cost* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan BurgerKing Manado
6. Untuk meneliti dan menganalisa *Customer Satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty* pelanggan Burger King Manado

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat Teoritis yang dapat diambil dalam penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi di Perpustakaan Universitas Pelita Harapan Surabaya yang nantinya dapat berguna bagi penulis selanjutnya.

2. Manfaat Bagi Penulis

- a) Agar dapat menunjang bahan kajian dengan membandingkan teori dengan kejadian yang ada di lapangan
- b) Sebagai kelulusan Sarjana Strata Satu (S1) di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Memberikan sumbangan berupa masukan dari hasil penelitian ini kepada pihak manajemen perusahaan agar dapat menjaga kepuasan pelanggan (*Satisfaction*) dan hal lainnya yang bisa dikembangkan untuk meningkatkan *Loyalty* restoran Burger King di Manado.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan ini dibagi ke dalam beberap bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab ini disajikan latar belakang, tujuan penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian dan sistematika yang digunakan pada penulisan laporan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN

HIPOTESIS

Pada Bab ini berisi landasan teori yang memaparkan teori-teori yang berkaitan dan berguna dengan permasalahan yang diteliti

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab ini menyajikan Langkah-langkah yang dilakukan selama penelitian dan metode yang digunakan baik dalam pengumpulan data, pengolahan data dan analisa data

BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisikan Langkah-langkah dan hasil pengolahan data yang telah diperoleh, beserta analisa dari data yang telah diolah.

BAB V : KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Pada Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran yang berguna untuk penelitian ini dan penelitian selanjutnya.

