

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, rangkaian usaha didominasi oleh pesatnya perubahan dan munculnya banyak peluang serta tantangan pada setiap level kehidupan. Salah satunya adalah pada level pola hidup manusia yang kian bergerak cepat dan pastinya membuat manusia memiliki keinginan untuk mendapatkan segala sesuatu secara instan (Lutfi, 2011).

Makanan merupakan salah satu yang menjadi pokok kebutuhan manusia yang diproduksi secara instan. Dalam pemenuhannya, masyarakat yang hidup dengan serba serbi instan ini pun kemudian akan mencari makanan yang instan pula (Ngutji, 2014). Adanya pola konsumsi serba instan pada masyarakat ini pun akhirnya memunculkan adanya konsep makanan praktis dan disajikan cepat, dengan nama lainnya adalah makanan cepat saji.

Makanan tersebut merupakan makanan yang disajikannya dengan cepat, mudah, dan praktis untuk dikonsumsi. Makanan cepat saji ini banyak digemari oleh kalangan semua umur di seluruh penjuru dunia. Terutama dikalangan masyarakat Indonesia, yaitu penduduk perkotaan yang menyukai berbagai jenis makanan seperti ayam goreng, *french fries*, burger, nugget, dan masih banyak lagi (Kaskus, 2016). Nyatanya, tidak hanya restoran besar saja, tetapi kedai yang menjual burger, ayam goreng tepung, bakso, hingga rumah makan Padang pun dapat dikategorikan sebagai rumah makan cepat saji (Hartini & Hartati, 2017).

Makanan cepat saji ini pun seringkali disamakan dengan makanan rendah gizi (*Junk Food*) atau makanan yang memiliki kadar gula, lemak, minyak, kalori dan garam yang tinggi (Anggraini, 2013). Hal tersebut sangat berbanding terbalik dengan arti dari makanan sehat, dimana sebaiknya makanan sehat yang disajikan antaranya adalah gandum utuh, buah segar dan sayuran, serta daging tanpa lemak. Penelitian yang dilakukan oleh (Santoso, 2019); (Halimah et al., 2021) menjelaskan terkait makanan yang berkualitas merupakan makanan yang terlihat dari porsi, varian dan rasa serta kesegarannya. Berikut merupakan data junk food yang sering dikonsumsi oleh masyarakat.

Tabel 1. 1 Jenis makanan Junk Food dan tingkat konsumsi 2022

No.	Jenis Makanan	Jumlah
1.	Gorengan	45,7%
2.	Mie Instan	43,1%
3.	<i>Fast food</i> (Burger/Pizza)	21,7%
4.	Frozen Food	19,6%

Sumber : (Databoks, 2022)

Melihat data pada tabel 1.1, diketahui bahwa jenis *Fast food* menduduki peringkat ke 3 dimana memiliki persentase sebesar 21,7%. Gorengan dan Mie Instan pun jelas menduduki posisi terbanyak, hal ini dikarenakan keduanya merupakan makanan yang praktis dan dapat dengan cepat untuk didapati oleh

masyarakat. Maka dari itu mengonsumsi makanan cepat saji menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat Indonesia.

Studi survei telah dilakukan pada 400 konsumen di Vietnam, bahwa faktor utama mereka memilih makanan cepat saji adalah faktor lokasi yang nyaman dan dekat dengan kediaman (Databoks.co.id, 2016). Selain itu dalam laman web tersebut pula menyebutkan hasil penelitian di Indonesia, faktor utama pembelian makanan cepat saji adalah karena rasa dan penyajian yang baik. Kemudian disusul oleh faktor lain seperti kredibilitas merek dan harga yang kemudian akan memberikan kepuasan tersendiri pada konsumen yang akan membeli makanan tersebut (Databoks.co.id, 2016).

Menurut (Mufidah, 2012) Adanya ketertarikan ini disebabkan oleh beberapa hal, antara lainnya adalah dalam kesehariannya tinggal di perkotaan yang mobilitasnya tinggi, masyarakat membutuhkan segala sesuatu yang cepat dan praktis. Berkenaan dengan hal ini, terpenuhinya kebutuhan dan keinginan serta adanya harapan tinggi konsumen mengindikasikan adanya kepuasan yang dirasakan konsumen. Hal tersebut akan berdampak pada pengulangan pembelian dan terciptanya kesetiaan yang berlanjut.

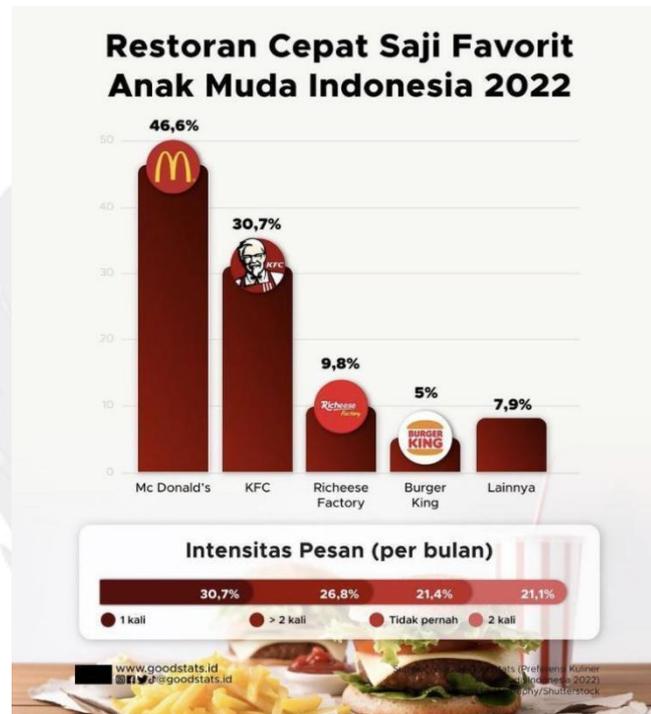
Menurut studi dari (Nuraini, 2017) terdapat faktor penting dalam kepuasan konsumen, yaitu adanya kualitas dan kinerja baik yang ditunjukkan oleh suatu badan usaha. Para pengusaha semakin berkompetitif karena melihat banyaknya peminat dari makanan cepat saji ini (kemenperin.go.id, 2017). Keadaan tersebut seringkali membuat konsumen dihadapkan dengan berbagai alternatif pilihan produk, kualitas

yang beraneka ragam, serta harga yang bersaing. Hal tersebutlah yang kemudian membuat konsumen akan mencari *value* lebih dari sebuah produk.

Menanggapi fenomena tersebut, perusahaan melalui manajemen pemasarannya tidak lagi mencari konsumen saja melainkan berupaya untuk konsumen dapat dengan setia menggunakan produk mereka. Terdapat berbagai hal yang dapat diperhatikan oleh perusahaan dalam upayanya bersaing menjadi mitra pilihan konsumen. Diantaranya adalah dengan memperhatikan kebutuhan, kepuasan, dan pelayanan yang lekat dengan peran konsumen dalam menggunakan suatu jasa atau produk yang ditawarkan suatu perusahaan (Nasution, et al., 2019). Ketiganya menjadi kunci keberhasilan bagi perusahaan di iklim persaingan bisnis kuliner yang ketat ini. Hal tersebut didukung oleh studi dari (Azizah, 2020) bahwa pelayanan merupakan produk tidak berwujud yang ditawarkan oleh perusahaan dengan tujuan untuk memuaskan para konsumen.

Perubahan perilaku konsumen dalam masyarakat membuat budaya baru akan makanan yang dikonsumsi. Banyak masyarakat mulai beralih kepada hal yang *modern* dan selalu mengikuti *trend* (Sompa, 2015). Akibat dari perubahan perilaku konsumen inilah yang membuat perkembangan restoran cepat saji mulai meningkat pesat. Daerah tempat tinggal konsumen juga berpengaruh terhadap tingkat konsumsi harian yang terjadi (Proverawati, 2010). Resto cepat saji sendiri dapat dinikmati oleh semua kalangan. Anak-anak hingga dewasa dapat menikmati berbagai pilihan merek restoran cepat saji yang banyak tersebar di berbagai

wilayah. Berikut merupakan data restoran makanan cepat saji yang banyak dikunjungi oleh masyarakat kaum muda.



Gambar 1. 1 Data restoran makanan cepat saji favorit anak muda Indonesia di tahun 2022

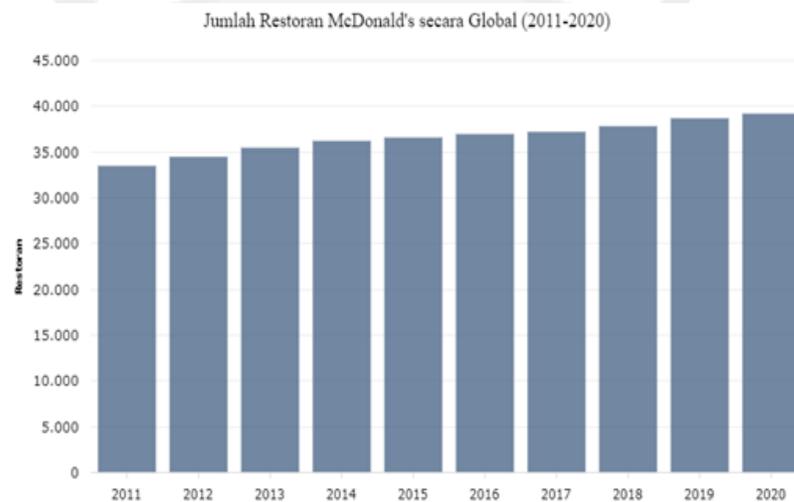
Sumber : (Goodstats.id, 2022)

Berdasarkan data pada gambar 1.1, mayoritas anak muda yaitu sebanyak 46,6% menyukai McDonald's. Kemudian sebanyak 30,7% anak muda lainnya memilih KFC sebagai makanan cepat saji favoritnya. Sedangkan dengan persentase 9,8% banyak anak muda yang memilih Richeese dan 5% lainnya memilih Burger King untuk pilihan makanan cepat saji favorit. Sisanya sebesar 7,9% diketahui memilih merk lain seperti halnya geprek benu, pizza hut, dan merk lainnya.

McDonald's terkenal sebagai salah satu restoran cepat saji di dunia. Awal didirikan pada tahun 1955 di California, Amerika Serikat oleh Ray Kroc

(McDonalds.co.id). Hingga saat ini McDonald's mampu membuka cabang di dunia. Berikut ini merupakan pencapaian jumlah restoran McDonald's secara global pada tahun 2011 hingga 2020. Pada tahun 2020 McDonald's memiliki sekitar 39.198 restoran yang 93% merupakan bisnis waralaba.

Grafik 1. 1 Jumlah restoran McDonald's secara global (2020)



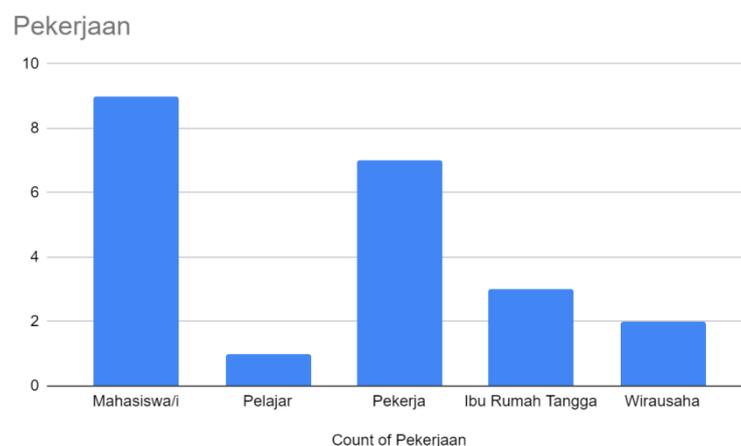
Sumber: (Databoks, 2021)

Berdasarkan laporan data dari grafik 1.1, ditunjukkan bahwa trend dalam makanan cepat saji di dunia berkembang secara pesat dari tahun 2011 hingga tahun 2020. Pernyataan dari (Sentiana, 2018) berupa memang harga juga bentuk pemasaran ini berpengaruh terhadap pengoptimalan produk yang kemudian akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Salah satu upaya McDonald's adalah selalu menghadirkan produk dengan kualitas dan inovasi membuat mereka mampu bertahan hingga sekarang. Banyaknya kompetitor makanan cepat saji tidak menghalangi McDonald's dalam membuka peluang bisnis yang banyak.

Pada zaman sekarang, restoran cepat saji memberikan banyak keuntungan bagi para konsumennya. Konsumen pada saat ini mencari makanan yang cepat, enak, dan praktis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Sulistijani, 2002). Hal ini menjadikan McDonald's termasuk dalam restoran cepat saji yang menawarkan berbagai keuntungan tersebut (Noordyanto, 2021). Utamanya ketika bertempat tinggal di daerah yang mobilitasnya tinggi seperti di Jakarta. Menurut data yang dilansir dari laman web (rumah.com, 2022) menyatakan bahwa Karawaci merupakan kawasan dengan perkembangan infrastruktur yang pesat, didukung dengan potensinya membuat Karawaci menjadi lokasi yang ramai dengan akses yang mudah. Hal tersebut membuat banyak investor asing memindahkan usahanya ke daerah Karawaci karena dinilai prospektif dan efisien.

Peneliti telah melakukan survey awal mengenai mobilitas konsumen McDonald's Lippo Karawaci. Beberapa kriteria responden adalah berdomisili di daerah Lippo Karawaci. Berikut merupakan grafik yang menunjukkan hasil dari survey awal pada 21 responden di McDonald's Lippo Karawaci.

Grafik 1. 2 Persentase variasi pekerjaan responden McDonald's Lippo Karawaci dalam survey awal (2022)



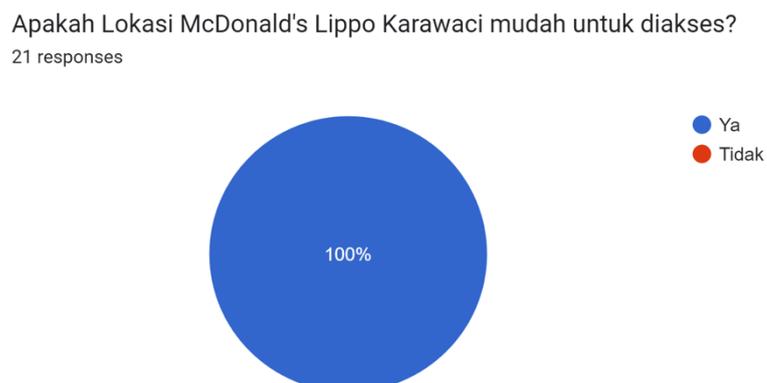
Seperti pada grafik 1.2 diidapati bahwa konsumen McDonald's Lippo karawaci terdiri dari berbagai kalangan pekerjaan. Mulai dari pelajar sebanyak 1 responden, mahasiswa sebanyak 9 responden, pekerja sebanyak 7 responden, kemudian wirausaha sebanyak 2 responden, hingga ibu rumah tangga sebanyak 3 responden.

Grafik 1. 3 Hasil responden McDonald's Lippo Karawaci dalam survey awal (2022)



Pada grafik 1.3 dapat dilihat bahwa sebesar 100% jawaban responden menyatakan bahwa McDonald's Lippo Karawaci terbukti membantu para responden dalam memenuhi kebutuhan makan ketika waktu yang dimiliki singkat.

Grafik 1. 4 Hasil kemudahan akses responden McDonald's Lippo Karawaci dalam survey awal (2022)



Kemudian pada grafik 1.4 terdapat persentase 100% dimana menyatakan bahwa lokasi McDonald's Lippo Karawaci mudah untuk diakses oleh para konsumen. Hal ini memudahkan para konsumen untuk melakukan transaksi utamanya dalam pemenuhan kebutuhan makan.

Contoh restoran cepat saji yang mendukung mobilitas warga adalah McDonald's Lippo Karawaci dimana sekitarnya dikelilingi oleh keramaian penduduk setempat, ramai anak rantau yang berkuliah di universitas sekitar sana, dan para pelancong lainnya.



Gambar 1. 2 Screenshot Penilaian Google tentang McDonald's Lippo Karawaci

Sumber : (Google, 2022)

Pada gambar 1.2 telah ditunjukkan beberapa ulasan mengenai McDonald's Lippo Karawaci ini. Berdasarkan gambar 1.2 pun terdapat salah satu konsumen yang memberikan ulasan positif mengenai suasana lokasi dan lingkungan, adanya penawaran promo, pelayanan yang ramah, lokasi dan lingkungan yang bersih. Dikatakan suatu strategi *profitable* ketika suatu usaha memiliki keunggulan khusus yang menarik dalam rangka menarik konsumen baru, mempertahankan yang sudah ada, dan juga meminimalisir berpindahannya konsumen lama. Namun, untuk melakukan itu semua perlu ada hal yang diutamakan dalam bisnis, hal ini berkaitan dengan dampak langsung pada kepuasan konsumen yaitu pengoptimalan kepuasan konsumen (Ali et al., 2021) .

Menurut (Baharudin, et al., 2020) dalam pemberian kualitas pada pelayanan akan membuat konsumen merasa puas sehingga membentuk loyalitas konsumen untuk tetap menggunakan merek tersebut. Selain itu menurut (Griffin, 2007) mengatakan bahwa adanya konsumen yang setia, akan mendatangkan konsumen baru. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya perilaku dari konsumen setia, diantaranya adalah menyarankan perusahaan yang disukai tersebut pada orang lain. Maka dari itu bagi sebuah perusahaan, adanya konsumen yang setia merupakan aset penting yang sangat berharga.

Dilakukan pula survey tambahan guna melihat lebih lagi peran variabel-variabel yang akan diteliti. Data sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Hasil survey tambahan mengenai variabel penelitian terkait

Kualitas Makanan	Hidangan menu dihidangkan dengan bersih	Ya	16 orang	53,3%
		Tidak	14 orang	46,7%
Kualitas Pelayanan	Antrian Pemesanan teratur rapih	Ya	13 orang	43,3%
		Tidak	17 orang	56,7
Kepuasan Konsumen	Saya akan mengajak kerabat atau teman dekat untuk mengunjungi Mc Donald's Lippo Karawaci	Ya	15 orang	50%
		Tidak	15 orang	50%
	Saya merasa senang dapat menikmati waktu di McDonald's Lippo Karawaci	Ya	27 orang	90%
		Tidak	3 orang	10%

Sumber : Hasil survey tambahan peneliti (2022)

Berdasarkan Survey Tambahan yang dimelakukan, didapati data seperti pada tabel 1.2. Dimana tabel tersebut terdiri dari empat variabel yaitu kualitas makanan, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan juga harga. Keempat variabel tersebut menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut dikarenakan hasilnya yang memang perlu untuk diulas lebih lagi. Pada variabel kualitas makanan, sebanyak 53,3% yaitu 16 orang mengaku bahwa makanan yang dihidangkan oleh McDonald's Lippo Karawaci ini dihidangkan dengan bersih. Namun juga terdapat 14 orang yang mengaku bahwa pesanannya datang dengan tidak bersih. Hal ini

terkait juga dengan ulasan pada gambar 1.3 dimana pada 4 tahun yang lalu juga terdapat keluhan serupa yang dikeluhkan oleh konsumen terkait dengan kebersihan hidangan. Selain itu, pula terdapat sebanyak 43,3% atau 13 orang yang merasa antrian di McDonald's Lippo Karawaci ini teratur dengan rapih, sedangkan sebanyak 17 orang atau 56,7% mengaku bahwa antrian tidak teratur dengan rapih. Selain itu pun dari variabel kepuasan konsumen didapati bahwa hasilnya seimbang diantara 15 orang yang berkeinginan mengajak kerabat atau teman dekat untuk mengunjungi McDonald's Lippo Karawaci dan juga dengan perbandingan yang sama, terdapat 15 orang yang tidak berkeinginana untuk mengajak kerabat atau teman dekat untuk mengunjungi McDonald's Lippo Karawaci. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat 27 orang yang merasa senang dapat menikmati di McDonald's Lippo Karawaci, belum tentu perasaan tersebut akan membuat mereka juga berkeinginan untuk mengajak orang lain untuk merasakan hal yang sama.

Menurut (Anjasari et al., 2018) pemenuhan kualitas dan kepuasan konsumen akan mempengaruhi reputasi dan tingkat penjualan pada suatu restoran. Dengan kata lain, tingkat kepuasan konsumen akan membentuk loyalitas konsumen dalam pembelian produk. Berkaitan dengan hal tersebut, (Kotler, 2005) menyatakan dalam memenuhi segala harapan dari konsumen berdasarkan produk yang ditawarkan merupakan suatu upaya dalam pengoptimalan kualitas makanan, sedangkan dalam memenuhi harapan konsumen melalui pemberian jasa dan keduanya bertujuan untuk mengadakan kepuasan pada konsumen dilakukan oleh perusahaan. Kedua hal tersebut jika dimaksimalkan akan menjadi mata tombak dari restoran makanan cepat saji.

Pilihan masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi makanan sehari-hari membuat peluang bisnis cepat saji berkembang pesat. Terdapat merek selain McDonald's seperti merek KFC, Burger King, A&W, Subway. Pertumbuhan restoran cepat saji ini membuat semakin banyak bisnis yang mengarah pada restoran makanan cepat saji (Baby, 2017). Terdapat beberapa penelitian yang meneliti tentang McDonald's di Indonesia, namun kebanyakan tidak membahas tentang lokasi dan lingkungan dari McDonald's tersebut. Berikut merupakan beberapa penelitian yang mengulas tentang restoran makanan cepat saji di Indonesia beserta variabel penelitian terkait.

Tabel 1. 3 Hasil survey jurnal yang meneliti McDonald's di Indonesia

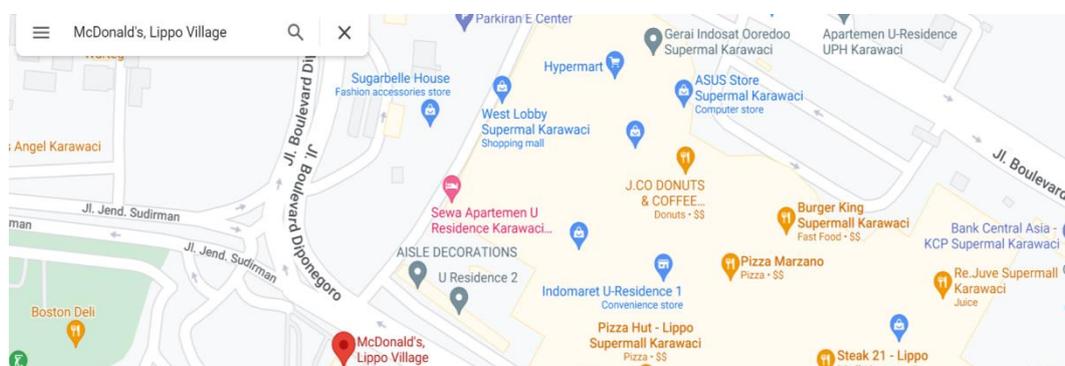
Judul Artikel	Variabel Penelitian	Subjek	Tahun	Peneliti	Hasil
Analisis pengaruh harga, kualitas makanan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran McDonald's di daerah Jakarta Barat	Harga, kualitas makanan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan	Pelanggan Restoran McDonald'd i daerah Jakarta Barat	2021	Fiki Ardiansyah	Signifikan positif bahwa kualitas makanan dan kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

<p>Pengaruh kualitas makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang)</p>	<p>kualitas makanan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan</p>	<p>Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono, Malang</p>	<p>2014</p>	<p>Inka Janita Sembiring, Suharyono, dan Andriani Kusumawati</p>	<p>kualitas makanan, Kualitas pelayanan terbukti secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun kualitas makanan terbukti memiliki pengaruh yang tidak signifikan pada loyalitas pelanggan.</p>
<p>Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di McDonalds</p>	<p>Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen</p>	<p>Pelanggan di McDonald's Basuki Rahmat, Surabaya</p>	<p>2013</p>	<p>Iksan Ongko Widjoyo, Leonid Julivan Rumambi, dan Yohanes Sondang Kunto</p>	<p>Masing-masing variabel bebas telah terbukti saling mempengaruhi dengan hasil yang signifikan memberi</p>

Basuki Rahmat di Surabaya					pengaruh terhadap variabel terikat.
------------------------------	--	--	--	--	---

Sumber : Hasil survey mandiri peneliti (2022)

Seperti pada data di tabel 1.2, terdapat beberapa penelitian mengenai McDonald's. Namun belum ada yang membahas lebih spesifik mengenai lokasi dan lingkungan dari McDonald's. Pada kenyataannya, lokasi dan lingkungan merupakan faktor penting dalam menentukan apakah pelanggan akan melakukan pembelian ulang atau menjadi pelanggan setia dari suatu restoran. Semakin banyaknya bisnis restoran cepat saji ini pun mengarah pada adanya persaingan yang semakin ketat. Terlebih lokasi dan lingkungan McDonald's Lippo Karawaci ini dikelilingi macam merek *makanan cepat saji* yang lain. Berikut merupakan data daftar pesaing restoran cepat saji di daerah karawaci yang lokasi dan lingkungannya berdekatan dengan McDonald's Lippo Karawaci.



Gambar 1. 4 Screenshot Peta lokasi dan lingkungan McDonald's Lippo Karawaci dan Situasi pesaing di sekitarnya

Sumber : (Googlemaps, 2022)

Pada gambar 1.3 dapat diketahui bahwa lokasi dan lingkungan dari McDonald's Lippo Karawaci dikelilingi oleh Subway, Pizza Hut, dan juga KFC. Lokasi dan lingkungan McDonald's yang hanya ada satu di daerah karawaci ini pun menjadi sasaran utama para pelanggan saat ingin menyantap produk yang dimiliki oleh McDonald's. Adapun daftar resto besar yang berada disekitar McDonald's Lippo Karawaci, sebagai berikut:

Tabel 1. 4 Daftar Resto cepat saji Pesaing McDonald's Lippo Karawaci

No	Nama Pesaing
1	KFC St. Mark Lippo Karawaci
2	KFC Lippo Supermall Karawaci
3	Pizza Hut Lippo Supermall Karawaci
4	Burger King Supermall Karawaci
5	Subway

Sumber: Observasi awal peneliti (2022)

Berikut pada tabel 1.2 merupakan daftar resto di sekitar lokasi dan lingkungan dari McDonald's yang dikelilingi oleh Subway, Pizza Hut, dan juga KFC. Adanya beberapa merek restoran cepat saji tersebut akhirnya membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk dijadikan menu santapan dikala lapar. Menurut studi dari (Suryandriyo, 2018) menjelaskan tentang cita rasa dan konsistensi pelayanan suatu restoran akan mempengaruhi persepsi konsumen. Dalam hal ini, McDonald's memiliki situasi untuk mengupayakan agar memiliki ciri yang berbeda dengan pesaing lainnya. Adanya situasi tersebut pun membuat McDonald's harus senantiasa melakukan peningkatan pada kualitas makanan maupun pelayanan sehingga konsumen memiliki rasa puas dan timbul timbal balik yang baik bagi perusahaan. Dengan adanya banyak konsumen yang puas, maka dampaknya adalah ada loyalitas yang terbentuk pada para konsumen pada restoran *makanan cepat saji* ini (Minh & Huu, 2016).

1.2 Masalah Penelitian

Pola hidup masyarakat yang serba instan dan praktis ini memang sangat mempengaruhi cara mereka dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Utamanya dalam memenuhi kebutuhan pokok seperti memilih pilihan makanan. Kesehatan menjadi hal nomor sekian ketika hidup ini dipenuhi dengan banyaknya pilihan instan. Terdapat penelitian yang menemukan tingkat bahaya terkena bahan kimia sebesar 55 persen lebih tinggi dimiliki oleh remaja yang sering makan di resto cepat saji daripada remaja yang makan di rumah (Liputan 6.com, 2018). Salah satu hal

yang menjadi dasar pemilihan makanan instan adalah selain dari kecepatan penyajian dan rasa, lokasi dan lingkungan juga menjadi hal penting yang mendasari seorang pelanggan kemudian menjadi sering melakukan pembelian ulang di tempat atau restoran makan yang sama.

Berdasarkan hasil observasi peneliti dan juga dilihat dari gambar 1.3 tertera di atas, didapati bahwa McDonald's Lippo Karawaci merupakan satu-satunya resto McDonald's yang hanya berdiri sendiri di tengah-tengah keberadaan restoran makanan cepat saji lainnya. Jika dilihat berdasarkan minat warga Milenial Jakarta (Liputan6.com, 2018), dalam sebuah penelitian perusahaan Asuransi Aviva melaporkan bahwa mayoritas adalah mahasiswa-mahasiswa yang sibuk dan minim waktu untuk memilih makanan sehat.

Selain dari lokasi dan lingkungan, mengenai kualitas layanan juga menjadi pertimbangan seorang konsumen kembali dan melakukan pembelian lagi pada restoran yang sudah pernah ia kunjungi (Uddin, 2019). Dengan adanya Drive Thru yang ditawarkan oleh McDonald's Lippo Karawaci ini juga mempermudah bagi konsumen yang sedang mengejar waktu namun tetap membutuhkan asupan makanan (Iksan et al., 2013). Berdasarkan ulasan dari google di gambar 1.2 juga cukup terkesan baik pelayanan yang diberikan oleh para karyawan di McDonald's Lippo Karawaci. Adanya Strategi promo aplikasi dan *special price* juga menjadi daya tarik sendiri yang dilakukan oleh pihak McDonald's untuk menarik para konsumennya. Pula terdapat pada Gambar 1.3 yang memperlihatkan bahwa terdapat ulasan miris mengenai kebersihan tempat makan dan juga kualitas

makanan yang kurang diperhatikan oleh pihak McDonald's Lippo Karawaci ini dapat menjadi alasan untuk dicari tahu lebih lagi pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen saat mendatangi lokasi McDonald's Lippo Karawaci.

Adanya hasil survey tambahan yang dilakukan pun dapat menjadi dasar permasalahan yang akan diteliti. Seperti adanya 90% atau 27 orang yang merasa senang dan dapat menikmati kunjungan di McDonald's Lippo Karawaci ini belum tentu di kemudian hari akan mengajak kerabat atau teman dekatnya untuk merasakan hal serupa. Kemudian juga adanya kualitas makanan yang selalu dijaga ini menjadi hal utama yang memang sudah seharusnya dilakukan oleh pihak McDonald's sehingga para konsumen akan tetap berkunjung dan melakukan pembelian secara berulang (Iksan et al., 2013), namun caranya bagaimana akan lebih dibahas pada penelitian ini. Adanya konsumen yang loyal diawali oleh adanya konsumen yang puas, kemudian mereka menjadikan restoran tertentu jadi andalan ketika kebutuhan makan perlu dipenuhi. Pula melihat beberapa penelitian serupa dengan subjek McDonald's di Indonesia yaitu penelitian dari (Sembiring et al., 2014; Iksan et al., 2013; Lauwren, 2020) mayoritas membahas dari sisi kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan, belum ada yang membahas lebih dalam dari segi lokasi dan lingkungan McDonald's tersebut.

Berdasarkan pada beberapa hal tadi, maka pada penelitian ini akan dilakukan penggalan informasi lebih dalam mengenai peran atau utamanya pengaruh positif dari kualitas makanan, harga, lokasi dan lingkungan, serta kualitas

pelayanan berkaitan dengan kepuasan konsumen dalam membentuk loyalitas konsumen, pada konsumen McDonald's Lippo Karawaci.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti telah merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas makanan memberi pengaruh positif pada kepuasan konsumen di McDonald's?
2. Apakah harga memberi pengaruh positif pada kepuasan konsumen di McDonald's?
3. Apakah lokasi dan lingkungan memberi pengaruh positif pada kepuasan konsumen di McDonald's?
4. Apakah kualitas pelayanan memberi pengaruh positif pada kepuasan konsumen di McDonald's?
5. Apakah kepuasan konsumen memberi pengaruh positif dalam membentuk loyalitas konsumen di McDonald's?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah penelitian yang ditemui, maka terdapat tujuan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Untuk menguji pengaruh positif kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen di McDonald's Lippo Karawaci.

2. Untuk menguji pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen di McDonald's Lippo Karawaci.
3. Untuk menguji pengaruh positif lokasi dan lingkungan terhadap kepuasan konsumen di McDonald's Lippo Karawaci.
4. Untuk menguji pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di McDonald's Lippo Karawaci.
5. Untuk menguji pengaruh positif kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di McDonald's Lippo Karawaci.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan adanya pertanyaan dan tujuan penelitian di atas, terdapat beberapa batasan masalah pada penelitian ini :

1. Peneliti akan meneliti bahasan tentang Pengaruh Positif Faktor-faktor Kepuasan Konsumen yaitu berupa kualitas makanan, harga, lokasi dan lingkungan dan kualitas pelayanan dalam Membentuk Loyalitas Konsumen, pada pelanggan McDonald's Lippo Karawaci.
2. Alasan peneliti memilih McDonald's Lippo Karawaci adalah karena hanya ada satu McDonald's di daerah Karawaci, pula dikelilingi oleh banyak restoran makanan cepat saji yang cukup membuat situasi bersaing.
3. Subjek yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah responden berkelamin laki-laki atau perempuan dengan rentang usia 15 hingga

lebih dari 55 tahun, domisili di daerah Karawaci dan sekitarnya. Karakteristik lainnya adalah melakukan pembelian dan mengkonsumsi menu produk McDonald's di Lippo Karawaci lebih dari 2 kali dalam 6 bulan terakhir.

4. Penelitian akan dilakukan selama periode Oktober November 2022.

1.6 Kontribusi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti berharap bahwa kedepannya mampu memberikan kontribusi melalui pandangan umum yang telah ada. Pemaparan mengenai hal terkait kontribusi penelitian di bawah ini:

a. Kontribusi Teoritis

Berangkat dari penelitian yang telah dilakukan oleh Uddin, M. B. (2019) dengan judul "*Customer loyalty in the fast food restaurants of Bangladesh*", peneliti melakukan penelitian replikasi yang hampir serupa pada variabel yang diteliti. Pada penelitian ini, lokasi dan lingkungan serta loyalitas konsumen restoran cepat saji yang akan diteliti lebih lanjut demi kontribusi pada sekmen khususnya untuk mengetahui pengaruh positif kualitas makanan, harga, lokasi dan lingkungan, kualitas pelayanan, serta kepuasan konsumen pada loyalitas pelanggan. Dimana variabel-variabel tersebut akan menjadi acuan ilmu informatif tambahan yang akurat bagi peneliti selanjutnya.

b. Kontribusi Praktisj

Penelitian ini memiliki harapan bahwa kedepannya, penelitian ini dapat memberi pengetahuan tambahan atau referensi secara praktis kepada McDonald's Lippo Karawaci dalam segi manajerial dan bisnis. Terutama dalam merumuskan atau menentukan peningkatan kualitas makanan, harga, lokasi dan lingkungan, serta kualitas pelayanan usaha dalam tujuan meningkatkan loyalitas konsumen, dalam upaya mengoptimalkan keberlangsungan usaha yang sudah ada.

1.7 Garis Besar Penelitian

a. Bab 1 - Pendahuluan

Pada bab pertama, terdapat penjabaran tentang topik yang diangkat dalam penelitian, juga terdapat latar belakang penelitian yang disertai oleh data-data mengenai kondisi masyarakat terkait topik yaitu mengenai fenomena yang ada. Selain itu, pula terdapat masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, kontribusi penelitian, dan garis besar penelitian.

b. Bab 2 - Landasan Teori

Bab selanjutnya, merupakan bagian tinjauan pustaka dimana akan dijelaskan landasan teori dan penelitian terdahulu, kemudian ada pengembangan hipotesis, serta alur pola pikir asumsi yang terkait dengan variabel-variabel pada penelitian ini.

c. Bab 3 - Metode Penelitian

Pada bab ketiga, berisi jenis penelitian yang dilengkapi dengan populasi dan sampel. Adapun penjelasan mengenai metode pengumpulan data yang kemudian dapat menjelaskan mengenai identifikasi variabel yang digunakan pada penelitian ini. Pun akan dijelaskan mengenai aspek secara teknis dalam metode analisis data.

d. Bab 4 - Analisis dan Pembahasan

Pada bab keempat, terdapat penjabaran mengenai hasil pandangan dari subjek penelitian melalui analisis data dan pengolahan data yang telah diperoleh.

e. Bab 5 - Kesimpulan dan Saran

Pada bab kelima, akan disampaikan mengenai kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan, dimana akan terdapat jawaban dari pertanyaan penelitian yang ada. Selain itu juga akan terdapat saran yang ditujukan pada peneliti selanjutnya.