

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2013 jumlah penduduk di Indonesia meningkat pesat. Jumlah penduduk Indonesia menempati urutan pertama dengan penduduk terbanyak di negara ASEAN. Jumlah penduduk sampai dengan tahun 2018 menurut Badan Sensus Nasional berjumlah 255 juta jiwa. Jumlah penduduk terbanyak di Indonesia yang pertama terdapat di Provinsi Jawa Barat dengan jumlah penduduk 48 juta jiwa, dan di ikuti oleh Surabaya memiliki jumlah penduduk terbanyak kedua setelah Jakarta dengan jumlah penduduk sebesar 2.886.207 jiwa. Dengan meningkatnya jumlah penduduk, tidak lepas dari kebutuhan utama manusia berupa sandang, pangan, dan papan. Dengan bertambahnya manusia, kebutuhan akan makanan pun juga meningkat drastis. Berdasarkan data dari Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) menunjukkan pertumbuhan restoran di Surabaya hampir 20 persen per tahun. Dengan *Demand* yang tinggi, menyebabkan banyak orang berlomba-lomba mencoba bidang bisnis ini.

Di tengah masyarakat modern tahun 2013 dimana mobilitas yang tinggi, membuat orang tidak mempunyai cukup banyak waktu untuk pergi ke pasar dan memasak makanannya sendiri, tetapi lebih mudah untuk datang ke restoran, menukarkan sejumlah uang untuk makanan dan minuman tanpa harus membuang banyak waktu. Ada beberapa tipe konsep restoran yang ditawarkan oleh industri makanan untuk menjawab kebutuhan masyarakat modern saat ini, mulai dari *Fine Dining*, *Family Restaurant*, *Terrace Restaurant*, *bistro*, dll. Salah satu diantaranya adalah restoran *Fast Food*. *Fast food* atau *Junk Food* adalah jenis bisnis restoran yang paling paling dikenali berbagai kalangan. Hal ini dikarenakan perusahaan *Fast Food* merupakan perusahaan yang tersedia hampir di seluruh negara dengan rasa yang mudah diterima. Restoran makanan cepat saji menarik para pelanggan dari segi kecepatan

penyajian dan kenyamanan. Restoran *Fast Food* menawarkan produk yang terbatas dengan kapasitas produksi dalam jumlah besar.

Dalam kamus besar Oxford mendefinisikan fast food sebagai makanan yang dapat diolah dan disajikan dalam waktu yang singkat dan mudah dalam hitungan menit, terutama di restoran dan toko-toko. Menurut salah satu pakar Gizi Dr. Oentoro (2013) dalam artikel yang ditulisnya, mengatakan bahwa tidak semua *Fast food* merupakan *Junk food*. *Fast food* terdiri dari golongan bahan makanan yang bergizi, sedangkan *junk food* hanya memiliki kalori dan gula yang tinggi. Tetapi kebanyakan *fast food* tinggi kalori dan rendah gizi, ada juga beberapa *fast food* yang relatif rendah kalori dan tinggi gizi. Masalahnya sebagian besar konsumen terutama remaja dan anak-anak jarang memesan makanan yang tergolong sehat pada saat di restoran makanan cepat saji. Masalah lain juga yaitu *fast food* yang memiliki gizi yang tinggi juga terdapat kalori yang tinggi. Oleh sebab itu perlunya adanya pembatasan dalam mengonsumsi *Fast food*.

Fast food pada awalnya lahir di Amerika Serikat. Pada saat itu Amerika memasuki era industri yang menyebabkan masyarakat tidak memiliki waktu yang cukup untuk beristirahat, dan ditambah dengan waktu kerja yang banyak. Banyak wanita juga pada saat itu mulai bekerja, dan mengakibatkan banyak wanita diluar rumah dan meninggalkan pekerjaan rumah seperti memasak. Hal tersebut yang mendorong industri makanan Amerika menciptakan *fast food*. *Fast food* sendiri telah menjadi salah satu bagian dari perubahan sosial masyarakat. Benjamin Franklin menciptakan istilah, "*Time is Money*" dan ini telah diterapkan untuk berbagai aspek kehidupan. Ini menjadi awal yang mendorong pertumbuhan industri *Fast food* hingga menyebar ke seluruh penjuru dunia.

Kentucky Fried Chicken atau KFC saat ini bukan lagi hal yang asing di telinga masyarakat Indonesia. Ayam goreng dengan 11 bumbu rahasia yang diciptakan oleh Kolonel Harlan Sanders juga menyajikan makanan khas Amerika dengan cepat menyebar dan di terima oleh lidah orang Indonesia yang menyukai gorengan. KFC pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1979 dan terus berkembang hingga saat

ini memiliki 638 gerai di Indonesia pada akhir tahun 2018. Hidangan ayam goreng khas Amerika ini dengan mudahnya diterima dan menjadi suatu jawaban atas masyarakat modern di Indonesia. Merupakan hal yang tidak gampang bagi KFC untuk bertahan hingga saat ini. Banyak pesaing sejenis seperti Mc Donald, Burger King, Wendys, Carl's Jr, dan masih banyak lagi. Dan disamping itu juga, masyarakat modern saat ini juga mulai sadar dengan *Healthy food* dan bahaya *Junk food* bagi kesehatan manusia, menuntut KFC untuk terus menjaga *Customer Satisfaction* sehingga berdampak pada *Revisit Intention* pelanggan.

Ada beberapa Faktor yang harus diperhatikan oleh KFC agar supaya tetap menjaga *Customer Satisfaction* dengan pelanggan. Yaitu dengan *Food Quality*, *Service Quality*, dan *Restaurant Environment*. *Food Quality* atau kualitas makanan menjelaskan secara spesifik terhadap kondisi dari makanan, meliputi warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa.

KFC memastikan bahan baku dengan kesegaran yang konsisten dengan segala standarisasi agar memastikan konsumen menerima produk terbaik dari KFC. Menurut Dita (2010) kualitas produk makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan sebagai dasar strategi pemasaran.



Gambar 1.1 Food Quality KFC

Sumber : <https://www.indiatoday.in/mail-today/story/after-dominos-kfc-fail-quality-test-uttar-pradesh-maggi-pizza-kfc-allahabad-287141-2015-08-08>

Service Quality menurut Zeithaml (1990) kualitas layanan adalah pertemuan antara ekspektasi atau harapan pelanggan dengan layanan yang diterima. KFC menyajikan suatu layanan yang cepat dan ramah sehingga tidak perlu menunggu lama dalam proses pemesanan makanan. Kualitas layanan mempunyai banyak karakteristik yang menjadi tantangan tersendiri bagi suatu perusahaan untuk memenuhinya.



Gambar 1.2 Service Quality

Sumber : <https://dinein.kfc.com.my/quality-assurance>

Restaurant Environment menurut Fandy Tjiptono (2005:145) merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi kepuasan konsumen, untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan. Kebersihan, fasilitas, serta bau ayam yang khas menjadi ciri utama dari KFC. Lingkungan restoran meliputi bangunan eksterior dan interior. Selanjutnya adalah *Customer Satisfaction* atau kepuasan konsumen merupakan sebuah tanggapan emosional dalam sebuah evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa, sehingga mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian atau penggunaan lagi menurut Blommer dan Kasper (1999).



Gambar 1.3 Restaurant Environment

Sumber : <https://geometryarchitecture.wordpress.com/2013/05/13/pengaruh-pencahayaan-pada-emosi-pengunjung-restoran/>

Langkah yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan *survey* terkait dengan penilaian konsumen untuk melakukan pengukuran terhadap tingkat kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) apakah cenderung puas atau tidak puas, sehingga terlihat dengan jelas indikator apa yang menjadi poin dengan pengaruh terbesar dalam meningkatkan *Revisit Intention*.

Disamping itu, KFC telah mendapatkan berbagai penghargaan dalam bidang inovasi meliputi Indonesia Top Digital PR, Indonesia Netizen Brand Choice, Indonesia WOW Brand, Indonesia Most Innovative Business, Top Brand For Kids, Top Brand For Teens, Corporate Image, Top Brand, Service Quality, Brand Asia, Digital Marketing, Social Media, Indonesia Digital Popular Brand, Halal, Indonesia Best Brand, dan Indonesia Content Marketing Awards.

Berdasarkan uraian di atas tersebut, yang telah menarik minat penulis untuk melakukan penelitian mengenai “**Analisis Faktor Food Quality, Service Quality,**

Restaurant Environment, Terhadap Revisit Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Pelanggan KFC A.Yani Di Surabaya”. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan pengaruh faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dalam konteks industri makanan cepat saji (*fast food*), khususnya pada pelanggan KFC di Surabaya yang menjadi objek pada penelitian ini.

1.2 Batasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya pembahasan masalah dalam penelitian ini, maka penulis memutuskan untuk membatasi masalah pada Analisis Pengaruh *Food Quality, Service Quality, Restaurant Environment, Terhadap Revisit Intention Melalui Customer Satisfaction* pada restoran cepat saji KFC di kota Surabaya, yaitu di wilayah area kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Batas waktu pengumpulan data adalah pada bulan Mei 2019 di daerah kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Perancangan atau penelitian ini hanya dalam ruang lingkup ilmu bisnis manajemen.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang terjabar di atas, maka disusunlah rumusan masalah yang diajukan, antara lain sebagai berikut :

- 1) Apakah *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan KFC di Surabaya?
- 2) Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Pelanggan KFC di Surabaya ?
- 3) Apakah *Restaurant Environment* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Pelanggan KFC di Surabaya ?
- 4) Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* Pelanggan KFC di Surabaya ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk menganalisis *Food Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Pelanggan KFC di Surabaya.
- 2) Untuk menganalisis *Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan KFC di Surabaya.
- 3) Untuk menganalisis *Restaurant Environment* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan KFC di Surabaya.
- 4) Untuk menganalisis *Customer Satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *Revisit Intention* pelanggan KFC di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

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 syarat kelulusan Sarjana Satu (S1) di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Memberikan sumbangan berupa masukan dari hasil penelitian ini kepada pihak manajemen restoran KFC agar dapat menjaga kepuasan pelanggan (*Customer*

Satisfaction) dan hal lainnya yang bisa dikembangkan untuk meningkatkan *Revisit Intention* Restoran KFC di Surabaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan ini dibagi ke dalam beberapa 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

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

BAB III : METODE PENELITIAN

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

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data, yang meliputi hasil statistic deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan dari analisis data

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini berisi tentang simpulan dari hasil penelitian, implikasi dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini