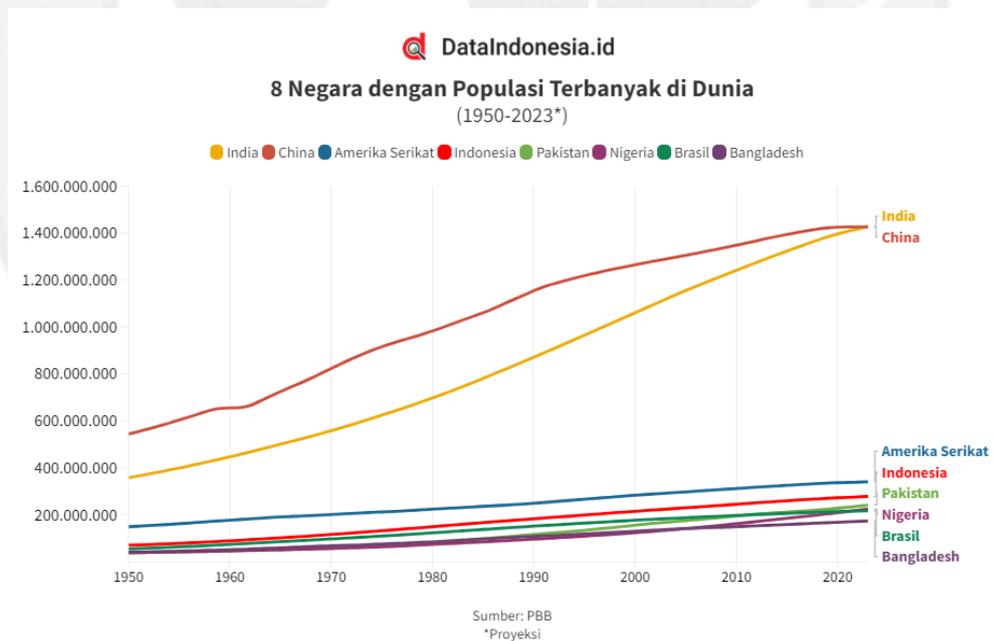


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di antara negara-negara dengan populasi terbesar di dunia, Indonesia berada di peringkat keempat setelah Amerika Serikat, Cina, India, dan India. Pada tahun ini, Indonesia memiliki 277,53 juta penduduk. Data dari United Nations World Population Prospects (UN WPP) menunjukkan urutan negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia. (<https://dataindonesia.id/ragam/detail/salip-china-india-miliki-populasi-terbesar-di-dunia-pada-2023>)



Gambar 1.1: Grafik Populasi Terbanyak di Dunia

Sumber: <https://dataindonesia.id/ragam/detail/salip-china-india-miliki-populasi-terbesar-di-dunia-pada-2023>

Seiring berjalannya waktu, populasi akan terus meningkat. Abraham Maslow mengatakan bahwa manusia memiliki lima tingkat kebutuhan: fisiologis,

rasa aman dan perlindungan, rasa cinta untuk dimiliki dan memiliki, harga diri, dan aktualisasi diri. Memenuhi kebutuhan manusia yang paling mendasar adalah fisiologis, yang mencakup pemenuhan kebutuhan untuk oksigen, cairan, makanan, tempat tinggal, keseimbangan temperatur tubuh, dan kebutuhan seksual (Hadi, 2021). Oleh karena itu, sektor yang membutuhkan kebutuhan dasar tersebut akan memiliki potensi untuk terus berkembang.

Orang-orang di kota-kota besar Indonesia saat ini sering membeli makanan mereka di luar, terutama orang-orang dari kelas menengah ke atas. Ini karena budaya modern yang terlalu sibuk untuk mengolah sendiri makanan di rumah. Medan, kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta, Surabaya, dan luar pulau Jawa, juga merupakan kota terbesar di luar pulau Jawa. Perkembangan industri makanan juga telah terjadi di kota ini. (<https://www.rumah.com/areainsider/dki-jakarta/article/kota-besar-di-indonesia-14929>)

Menurut Suyono (2004;1), restoran adalah suatu tempat yang menyediakan jasa kuliner dan minuman dengan peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam proses yang berasal dari penyimpanan bahan, pembuatan makanan, dan penyajian makanan. Restoran harus berada di tempat yang tetap dan tidak berpindah-pindah untuk memperoleh keuntungan atau laba. Soemantri (2020) menyatakan bahwa restoran memiliki berbagai jenis dan konsep yang berbeda, termasuk makanan yang disajikan, gaya pelayan, dan cara penataan makanan.

Berikut adalah deskripsi dari tipe – tipe dan jenis restoran yang sering ditemukan di Indonesia yaitu yang pertama adalah Restoran Fast Food, juga dikenal sebagai restoran cepat saji, dimasak dengan sangat cepat dengan sistem standar.

Makanan di restoran ini sudah disiapkan terlebih dahulu, dimasak dalam jumlah besar, dan disimpan panas, dengan menu yang sangat terbatas. Contoh dari Restoran cepat saji ini adalah seperti McDonald's dan Kentucky Fried Chicken yang biasanya menggunakan *self-service* dan membayar langsung di kasir sebelum makanan dimakan. Akibatnya, layanan mereka sangat sedikit.



Gambar 1.2: Restoran fast food McDonald's

Sumber: <https://grewallevymarketing.com/2022/03/22/what-happens-to-the-global-fast-food-culture-when-mcdonalds-leaves-a-country/>

Tempat makan tradisional adalah jenis restoran yang kedua yang terkait dengan budaya suatu negara. Tempat makan tradisional biasanya menyajikan makanan yang telah diwariskan secara turun-temurun dan disiapkan dengan menggunakan metode dan bahan-bahan tradisional dikombinasikan dengan cara makan gaya lokal yang membumi. Ini mirip dengan warung makan di Indonesia dan foodcourt atau hawker di negara Singapura.



Gambar 1.3: Foodcourt di Singapura

Sumber: <https://www.tripsavvy.com/top-hawker-centers-in-singapore-1629795>

Selanjutnya adalah kategori ketiga, Casual Dining. Restoran santai ini dapat berada di dalam atau di luar, dan memiliki sistem pelayanan atau dapur profesional dengan gaya yang lebih santai, seperti Solaria dan Gyukaku.



Gambar 1.4: Restoran Solaria

Sumber: <https://www.kompasiana.com/muhammadjamil6805/6290fec53e2c31006665782/review-pelayanan-solaria-restaurant>

Jenis restoran yang lebih tinggi adalah *upscale dining*. Restoran ini memiliki tiga pilar utama pengalaman makan, yaitu makanan yang hanya menggunakan bahan kuliner terbaik, layanan yang biasanya mencakup layanan yang sangat penuh perhatian dan personal, dengan staf yang terlatih untuk mengantisipasi kebutuhan tamu dan memberikan pengalaman makan yang tidak terlupakan, dan suasana yang biasanya memiliki suasana yang menyenangkan. Restoran ini biasanya terletak di pusat kota dan memiliki gaya terkini. Contoh restoran yang termasuk ke dalam kategori *upscale dining* adalah Cork & Screw serta Fire at W Bali, yang dimana makanan di restoran ini eksploratif, mulai dari bahan makanan hingga minuman alkohol.



Gambar 1.5: Restoran Cork & Screw

Sumber: <https://new.uniongroupjakarta.com/restaurant/corknscrew>

Restoran *Fine Dining* adalah jenis restoran yang terakhir di piramida dan biasanya menyajikan makanan dan pelayan terbaik. Sajian makanan *Fine Dining* yang mirip dengan *Upscale Dining* agak eksploratif dengan bahan baku premium

diikuti dengan teknik pengolahan yang kompleks. Pelayanan sangat penting dalam *Fine Dining*, di mana pengetahuan tentang hidangan makanan dan minuman serta etika dijunjung tinggi. Pada umumnya, makanan yang disajikan lebih cenderung berasal dari negara-negara Eropa seperti Prancis dan Italia.



Gambar 1.6: Restoran The French Laundry

Sumber: <https://www.thomaskeller.com/tfl>

Restoran *fastfood*, juga disebut sebagai restoran cepat saji (*Quick Serve Restaurant*), adalah jenis bisnis yang menawarkan layanan dan menyediakan makanan dan minuman kepada pelanggan melalui sistem pelayanan (Ramdan, 2004:1). Selain itu, restoran cepat saji adalah tempat makan yang menghadirkan makanan dan minuman dalam waktu yang singkat, biasanya berupa hamburger atau ayam goreng (Wikipedia, 2007:1).

Fastfood adalah hidangan alternatif yang biasanya terdiri dari ayam goreng, kentang goreng, burger, pasta, atau roti isi yang sering menjadi makanan saat seseorang sibuk bergerak. Mereka yang sibuk juga sering memilih *junkfood*, atau

makanan yang tidak berkualitas. Makanan juga dapat membantu anak kecil yang sulit makan.

Fastfood memang sering dianggap sebagai ornamen kemajuan. Makanan cepat saji sering dianggap sebagai bagian dari kemajuan. Selain itu, pertumbuhan industri ini sulit tertahankan. (Trust Magazine: Minggu, 24 Juni 2007). Sillalahi (2002:1) menyatakan bahwa salah satu gaya hidup yang berkembang di berbagai kota besar adalah peningkatan konsumsi makanan di restoran cepat saji. Peningkatan ini disebabkan oleh:

1. Selera masyarakat cenderung berubah dan mengikuti perkembangan zaman.
2. Karena para pekerja memiliki keterbatasan waktu istirahat, mereka membutuhkan waktu yang cepat dan singkat untuk makan siang, sehingga para pekerja memilih restoran cepat saji karena kepraktisan dan cara penyajiannya yang cepat.
3. Gaya hidup generasi muda yang terus berubah dan cenderung menggunakan dan mengkonsumsi produk asing, termasuk makanan.
4. Suasana yang ditawarkan oleh restoran cepat saji sangat kondusif untuk dijadikan tempat untuk berkumpul para kaum muda.

Restoran cepat saji biasanya adalah restoran dengan skala internasional dan nasional yang diperoleh melalui sistem waralaba (Sillalahi 2002:2). Dengan membayar sejumlah biaya dan royalti, penerima waralaba diizinkan untuk menggunakan sistem waralaba pemberi waralaba. Setelah membayar royalti dan biaya, setiap penerima waralaba diberi wewenang untuk mengelola dan mengoperasionalkan pengetahuan dan keahlian pemberi waralaba serta

mempertahankan pengetahuan, kualitas, dan reputasi pemberi waralaba.

Oleh karena itu, sebagian besar restoran cepat saji di Indonesia adalah cabang atau waralaba dari perusahaan asing (Wikipedia, 2007:1). Sebagai contoh, restoran seperti McDonald's, Kentucky Fried Chicken (KFC), Texas Chicken, A&W, Burger King, dan Hoka-Hoka bento dapat ditemukan di banyak kota besar di Indonesia, termasuk di kota Medan (Sillalahi, 2002:1).

4Fingers Crispy Chicken merupakan restoran *fastfood* yang berfokus pada menu ayam goreng. Sejarah 4Fingers Crispy Chicken bermula saat pendirinya menemukan kerenyahan ayam Asia di pedalaman kereta bawah tanah kota New York dan mereka berpikir dan memiliki ide untuk menginformasikan kepada yang lainnya. Rasa ayam yang berbeda terdiri dari rasa pedas, renyah, unik, dan benar-benar membuat ketagihan sehingga membuat susah dilupakan dan membuat yakin bahwa citarasa ini pasti akan digemari oleh generasi sekarang. Toko pertama 4Fingers Crispy Chicken adalah di ION Orchard, Singapura yang berdiri pada tahun 2009. Hanya dalam waktu dua tahun, enam toko lainnya pun bergabung. Seiring dengan pertumbuhan bisnis, 4Fingers Crispy Chicken memiliki cabang di Malaysia, Indonesia, Thailand, dan banyak lagi yang akan datang. (<https://4fingers.co.id/about-us/>)

4Fingers Crispy Chicken berbeda dari restoran *fast food* lainnya karena menu tidak langsung jadi namun mereka memasaknya setelah pesanan diterima, sehingga lebih tepat disebut sebagai restoran *semi-fast food*. Tidak perlu menyimpan ayam di tempat pembekuan makanan karena kualitas ayam selalu terjaga, dan ayam dipasok setiap pagi. 4Fingers Crispy Chicken diolah dengan

berbagai cara. Ayam yang matang dioles dengan saus spesial *soy garlic* atau *hot spicy* tiap harinya, and *all of them is hand-painted individually!* (<https://www.jurnalasia.com/ragam/4fingers-best-korean-fried-chicken-medan-2/>)

Restoran 4Fingers Crispy Chicken pertama di kota Medan berdiri pada tahun 2011 dan berlokasi di Sun Plaza. Jika diperhatikan, atmosfer desain setiap outlet 4Fingers Crispy Chicken diadaptasi dari asal inspirasinya yaitu *street style* dan *subway signs* bergaya jalanan New York yang dipenuhi dengan dinding bergraffiti dan *directional signs* (<https://www.jurnalasia.com/ragam/4fingers-best-korean-fried-chicken-medan-2/>). Seiring dengan berkembangnya usaha restoran 4Fingers Crispy Chicken di kota Medan, maka gerai kedua berdiri pada tahun 2016 di Plaza Medan Fair, dan selanjutnya juga dibuka di Delipark Medan, menyusul juga dibuka di Kompleks Cemara Asri pada tahun 2022, dan yang terakhir adalah di Thamrin Plaza sehingga masyarakat semakin mudah menemukan menu ayam goreng favorit mereka.



Gambar 1.7: Restoran 4Fingers Crispy Chicken, Medan

Sumber: <https://makanmana.net/2016/06/28/4-fingers-crispy-chicken-medan/>

Menu yang dapat ditemukan di restoran 4Fingers Crispy Chicken yaitu:

1. *Crispy Chicken Wings/ Drumettes*

Menu yang menjadi *signature menu best seller* di restoran ini adalah *Crispy Chicken Wings/Drumettes*. Berupa daging ayam dengan saus asam pedas manis, sayap ayam diolah dengan cara *deep-fried*, dengan begitu kulit ayam pasti dijamin renyah ketika disajikan.

2. *Chicken Burger*

Salah satu makanan ringan populer lainnya adalah *Chicken Burger*. Berbeda dengan jenis daging ayam biasa yang terbuat dari daging ayam olahan, jenis ini memiliki daging ayam yang renyah seperti kulit ayam renyah yang diletakkan pada *Wings Crispy* atau *Drumettes* yang dilengkapi dengan tomat, jamur, dan selada.

3. *Katsu Chicken Sandwich*

Katsu Chicken Sandwich adalah menu populer lainnya. Menggabungkan cita rasa dari tiga negara berbeda, menu ini unik karena menggabungkan *Chinese bun* sebagai pengganti roti tawar pada sandwich; Jepang, karena *Katsu* berarti irisan daging ayam; dan Korea, karena dilengkapi dengan kimchi coleslaw.

4. *Chicken Wrap*

Menu ini diadopsi dari negara Meksiko, memakai roti tortilla dan berisi daging ayam, tomat, dan sayuran, dan dilumuri saus kari mayonnaise, tampilannya serupa kebab.

5. Calamari dan *Shrimps*

Selain menu serba ayam, terdapat juga menu seafood yaitu Calamari & *Shrimps*. Berupa cumi goreng dan udang goreng tepung yang tak kalah renyahnya, berbalut saus asin manis. Tambahkan perasan jeruk nipis yang disediakan, jika ingin cita rasa yang lebih berbeda.

6. Mushroom & Tofu Salad

Selain menu ayam, juga tersedia menu sayuran yaitu salah satunya Mushroom & Tofu Salad. Alternatif menu ini merupakan salad berisi tahu goreng yang dilengkapi dengan jamur dan selada, disirami dengan saus soy garlic dan sesame oil.

Melihat kepada makin bertambahnya gerai 4Fingers Crispy Chicken di kota Medan, maka hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap merk ini adalah sangat kuat. Walaupun terdapat penambahan gerai dalam kurun waktu sekitar 10 tahun, tetapi harus juga menjadi perhatian bahwa terdapat kompetitor dari merk 4Finger Crispy Chicken yaitu Jinjja Chicken. Jinjja Chicken merupakan restoran trendi khas Korea yang terkenal dengan menu ayam goreng Korea dan Jjajangmyeon. Selain kedua menu tersebut, Jinjja Chicken juga menyajikan hidangan klasik Korea seperti Bibimbap dan Seafood Jjamppong, serta jajanan pinggir jalan khas Korea seperti Tteokbokki, Kimbap, Bulgogi Burger. Jinjja Chicken mengambil bahan dan resep dari Korea dan hanya menggunakan 100% ayam segar untuk sayap ayam goreng khas Korea dengan menghindari sebisa mungkin penggunaan pengawet, bahan tambahan, dan bahan olahan yang berlebihan untuk menyajikan makanan yang sehat dan baik dengan maksimal

<https://www.jinjjachicken.com/about-us>).

Di dalam perjalanan kedua usaha restoran ayam goreng tersebut, dapat dilihat bahwa hingga saat ini 4Fingers Crispy Chicken memiliki gerai yang lebih banyak dibandingkan dengan restoran Jinjja Chicken. Tetapi salah satu yang harus menjadi perhatian adalah dimana konsumen dapat menikmati pilihan makanan yang lebih beragam di Jinjja Chicken dibandingkan dengan di 4Fingers Crispy Chicken sehingga untuk menjaga agar usaha 4Fingers Crispy Chicken tetap dapat memimpin dan berkembang lebih baik haruslah dipertahankan dan ditingkatkan *Customer Loyalty* terhadap merk 4Fingers Crispy Chicken. Keputusan untuk setia kepada merk tertentu dapat dipengaruhi oleh banyak faktor.

Untuk dua alasan utama, kepuasan dan loyalitas pelanggan sangat penting bagi bisnis. Pertama, pelanggan adalah sumber daya yang unik, dan mempertahankan pelanggan lama lebih mudah daripada mendapatkan pembeli baru. Kedua, kepuasan dan loyalitas pelanggan berdampak positif pada profitabilitas pendapatan perusahaan (Rosenberg & Czepiel, 2017). Oleh karena itu, manajemen harus memiliki pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka karena berdampak pada peningkatan pendapatan.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh dari produk atau layanan berdasarkan pengalaman konsumen selama periode waktu tertentu saat membeli dan menggunakannya (Khadka & Maharjan, 2017). Menurut Buttle dan Maklan (2019), kepuasan pelanggan adalah tanggapan terhadap pengalaman pelanggan. Pelanggan memiliki pengalaman yang mengesankan atau

menyenangkan (*pleasurable*) ketika mereka merasa puas. Sebaliknya, ketika pengalaman pelanggan tidak menyenangkan atau tidak memuaskan, pelanggan mengalami ketidakpuasan. Atmosfir, kebersihan, kualitas layanan, kualitas makanan, pemilihan menu, dan keadilan harga adalah beberapa faktor yang menentukan kepuasan pelanggan saat mengunjungi sebuah restoran dan menikmati makanannya. Ini didukung oleh penelitian Zhong dan Moon (2020) terhadap 305 pelanggan *fast food* barat di China. Hasil penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 pada 310 pelanggan KFC di kota Ho Chi Minh, Vietnam, menunjukkan bahwa harga, kualitas makanan, kualitas layanan, dan suasana berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini juga didukung oleh penelitian Ma et al. (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas makanan, harga, dan suasana adalah faktor utama yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Apabila produk dan layanan yang diberikan memiliki kualitas yang baik, bisnis dapat mencapai kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Ma et al.).

Menurut Zhong dan Moon (2020), persepsi konsumen tentang produk, suasana, dan layanan sangat berkaitan dengan emosional mereka, yang dapat berupa positif atau negatif. Pengalaman makan mereka di restoran menentukan sikap mereka. Sebagai tambahan pada rasa makanan, suasana yang nyaman sangat penting bagi semua industri pelayanan, termasuk restoran (Heung & Gu, 2012). Menurut Namkung & Jang (2008), atmosfer ini sangat penting karena menghasilkan perasaan seperti kegembiraan, kesenangan, atau relaksasi. Selain itu, perusahaan akan memiliki keunggulan kompetitif jika suasana ini dapat dikelola dengan baik (Keyt, Yavas, & Riecken, 1994). Oleh karena itu, lingkungan yang

menguntungkan dan inovatif sangat penting untuk keberhasilan bisnis. Penelitian sebelumnya seperti Zhong dan Moon (2020); Nguyen et al. (2019); Javed et al. (2021); Cho, BK et al. (2020); dan Muskat et al. (2019) mendukung temuan ini.

Kesetiaan pelanggan juga dipengaruhi oleh kesehatan dan kebersihan makanan dan lingkungan restoran. Konsep *personal hygiene* sangat penting dan harus diperhatikan dalam kehidupan sehari-hari karena berdampak pada kesehatan seseorang. Nilai-nilai dan kebiasaan seseorang sangat memengaruhi kebersihan. Kebersihan makanan sangat penting ketika orang makan di restoran.

Karena kekhawatiran mereka tentang kebersihan makanan, pelanggan biasanya memiliki persepsi negatif terhadap keamanan makanan yang disajikan, sehingga mereka memilih restoran yang memenuhi standar kualitas dan nilai mereka. *Hygiene* berarti makanan dibuat dan disajikan dengan benar sehingga sehat. Jika tidak, makanan akan terkontaminasi dan menyebabkan penyakit menyebar (Abubakari, 2019).

Harga dan menu makanan adalah faktor lain yang memengaruhi kesetiaan pelanggan. Dengan banyaknya variasi dan harga makanan yang ditetapkan, pelanggan dan calon konsumen sangat dipengaruhi oleh cara harga ditampilkan. Harga didefinisikan sebagai jumlah yang menjadikan suatu produk tidak hanya barang tetapi juga jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2018, p. 308), harga juga merujuk pada nilai keseluruhan yang diberikan pelanggan kepada suatu produk sebagai ganti kepemilikan, pengambilan manfaat, dan penggunaan produk tersebut. Jin et al. (2016) menyatakan bahwa evaluasi harga adil adalah pertimbangan subjektif atas suatu produk yang diperoleh dengan harga tertentu. Sejauh mana

pelanggan menganggap harga suatu barang atau jasa masuk akal, menentukan evaluasi. *Price fairness* berdampak positif pada kepuasan pelanggan, menurut penelitian Abdullah et al. (2018), Nguyen et al. (2019), dan Hanaysha (2016). Harga tidak hanya menentukan kemungkinan pembelian, tetapi cara promosi atau harga ditampilkan juga dapat memengaruhi loyalitas konsumen terhadap suatu restoran atau perusahaan. Karena fakta bahwa penjualan adalah satu-satunya sumber pendapatan restoran, strategi penetapan harga memainkan peran penting dalam kesuksesan restoran. Jumlah uang yang akan digunakan untuk membayar biaya yang akan dikeluarkan dalam bisnis tersebut pasti akan dipengaruhi oleh harga makanan yang tertera. Harga dapat ditetapkan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, menghentikan pesaing, dan mendorong pelanggan untuk membeli lagi, menurut Tjiptono (2008).

Dalam menentukan kepuasan pelanggan, kualitas makanan sangat penting. Kualitas makanan biasanya mengacu pada beberapa aspek, seperti cara makanan disajikan, rasanya, variasi menu, kesehatan, dan kesegarannya (Hanaysha, 2016). Karena makanan yang berkualitas tinggi, pelanggan dapat memiliki pengalaman membeli makanan yang mengesankan ketika mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran. Ini adalah strategi pemasaran yang penting. Kualitas makanan dapat sangat memengaruhi kepuasan pelanggan serta tujuan perilaku (Gagic et al., 2013; Hanaysha, 2016; Serhan & Serhan, 2019). Untuk menjalankan suatu restoran, kualitas makanan harus dijaga dan dikembangkan karena telah menjadi dasar penting bagi bisnis tersebut, yang difokuskan untuk menjaga kepuasan pelanggan dan niat untuk membeli lagi. Oleh karena itu, kualitas

makanan juga dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang dapat menarik pelanggan untuk kemudian puas dan membuat mereka tetap setia untuk menggunakan atau mengonsumsi barang tersebut. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Serhan dan Serhan (2019), Nguyen et al. (2019), dan Zhong dan Moon (2020), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas makanan.

Kepuasan dianggap sebagai hasil dari harga, kebersihan, dan kualitas makanan, yang dapat memengaruhi pelanggan dan loyalitas. Kepuasan pelanggan adalah salah satu tujuan bisnis karena pelanggan yang puas cenderung memberi tahu orang lain tentang pengalaman mereka. Dengan memahami kebutuhan pasar dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan dengan sasaran pasar yang tepat, kepuasan pelanggan dapat dicapai. Untuk mencapai tujuannya, setiap organisasi bergantung pada kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan menunjukkan tingkat pencapaian tujuan organisasi. Sebagaimana dijelaskan oleh Surjaweni (2019), kepuasan pelanggan pada dasarnya adalah ketika kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat dipenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Pelanggan yang puas cenderung menjadi teman dan setia kepada bisnis mereka. Kepuasan pelanggan, penggunaan, dan layanan yang diberikan oleh perusahaan adalah sumber loyalitas pelanggan (Odunlami dan Matthew, 2015).

Dalam penelitian ini, ada perbedaan penelitian antara variabel harga (*price*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) serta kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*). Berdasarkan penelitian Bader (2017), ada hubungan positif antara harga dan kepuasan pelanggan, tetapi temuan ini bertentangan dengan penelitian Andreas, Devi, Dyah, Jimmy, Kevin, dan Eka (2022) yang berjudul "*The*

Effect of Price and Perceived Quality Dimensions on Customer Satisfaction".

Fokus penelitian yang kedua adalah pengaruh variabel kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Penelitian sebelumnya oleh Mohammed Belal Uddin (2019) menemukan bahwa kualitas layanan (*service quality*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), tetapi temuan ini bertentangan dengan penelitian Haverila (2018) yang menemukan bahwa kualitas layanan (*service quality*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Hal ini disebabkan oleh penelitian yang dilakukan di lokasi resor ski di Kanada. Studi tersebut menemukan bahwa interaksi dengan pengunjung menunjukkan bahwa orang yang pergi ke lokasi untuk liburan ski tidak selalu memiliki alasan untuk pergi ke sana dalam konteks resor ski.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga dengan kepuasan pelanggan yang akan memengaruhi kepada pembelian ulang terhadap suatu produk yang dimana dalam hal ini adalah pada restoran 4Fingers Crispy Chicken di kota Medan. Penelitian ini juga menjadi hal yang penting untuk dilakukan karena persaingan yang ketat dan adanya peningkatan jumlah restoran yang serupa beserta dengan improvisasi menu dan juga citarasa sehingga ini menjadi tantangan tersendiri untuk 4Fingers Crispy Chicken, untuk terus berupaya demi mempertahankan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

1.2 Batasan Masalah

Setiap penelitian memerlukan batasan yang jelas mengenai masalah yang

dibahas agar pembahasan masalah tidak terlalu luas. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini meliputi tentang *Service Quality*, *Food Quality*, *Menu Selection*, *Price Fairness*, *Hygiene*, dan *Atmosphere* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran 4Fingers Crispy Chicken, Medan.
2. Pengujian model yang dibahas menggunakan data yang diperoleh dari pembagian kuesioner ke subjek yang dibahas.
3. Adapun karakteristik responden yang ditetapkan adalah:
 - i. Pria dan wanita
 - ii. Berusia 18 - 60 tahun masa dewasa dini (Kotler dan Armstrong, 2009)
 - iii. Bertempat tinggal di Medan
 - iv. Telah membeli dan mengkonsumsi (*dine in*) makanan dan minuman Restoran 4Fingers Crispy Chicken di Medan minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir
4. Oleh karena itu dibutuhkan suatu penelitian agar dapat diketahui apa saja yang dikehendaki pelanggan dan harapan apa yang mereka harapkan dari 4Fingers Crispy Chicken, agar supaya mereka tetap puas di 4Fingers Crispy Chicken. Untuk itu, di lakukan sebuah penelitian mengenai *Service Quality*, *Food Quality*, *Menu Selection*, *Price Fairness*, *Hygiene*, dan *Atmosphere* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran 4Fingers Crispy Chicken, Medan.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun masalah dalam penelitian ini adalah “*Service Quality, Food Quality, Menu Selection, Price Fairness, Hygiene, dan Atmosphere* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran 4Fingers Crispy Chicken, Medan” selanjutnya untuk menjawab penelitian tersebut akan di gunakan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan?
2. Apakah *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan?
3. Apakah *Menu Selection* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan?
4. Apakah *Price* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan?
5. Apakah *Hygiene* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan?
6. Apakah *Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan?
7. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan dan Batasan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh:

1. *Service Quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan.
2. *Menu Selection* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan.
3. *Food Quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan.
4. *Hygiene* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan.
5. *Price* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan.
6. *Atmosphere* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan.
7. *Customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan 4Fingers Crispy Chicken di Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau studi banding oleh peneliti lain di masa mendatang. Ini juga dapat membantu perkembangan ilmu manajemen dengan menerapkan model ini pada penelitian sebelumnya.

Untuk penulis sendiri, penelitian ini akan memberikan referensi untuk 4Fingers Crispy Chicken. Harapannya juga adalah bahwa penelitian ini akan memberikan pengetahuan kepada peneliti tentang subjek dan topik penelitian

mereka. Selain itu, penelitian ini akan bermanfaat bagi peneliti lain yang melakukan penelitian serupa di masa mendatang. Universitas dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi tambahan bagi mahasiswa.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah hasil penelitian ini dapat digunakan oleh 4Fingers Crispy Chicken dalam mengatur strategi pemasaran melalui *service quality*, *food quality*, *menu selection*, *price fairness*, *hygiene*, dan *atmosphere* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* serta mengevaluasi strategi tersebut sesuai dengan hasil analisis dari penelitian yang telah dilakukan. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi 4Fingers Crispy Chicken untuk mempertimbangkan variable-variabel yang ada sebagai kunci utama untuk mengembangkan *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan mengikuti topik penelitian ini, tulisan disusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab pendahuluan membahas latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini akan membahas teori-teori yang mendukung dan berhubungan dengan masalah yang diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini. Teori-teori yang akan dibahas termasuk *service quality*, *food quality*, *menu selection*, *price fairness*, *hygiene*, *atmosphere*, *customer loyalty*, dan *customer satisfaction*. Selain itu, akan

membahas pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagian alur berpikir.

BAB III: Metode Penelitian

Bab metode penelitian ini membahas jenis penelitian yang akan digunakan, populasi dan sample yang akan digunakan, prosedur pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan teknik untuk analisis data.

BAB IV: Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian disajikan dalam bentuk tabel dan gambar, serta penjelasan komprehensif tentang temuan yang diperoleh dan hasil pengolahan data. Pembahasan bersifat komprehensif dan dapat menjelaskan masalah penelitian.

BAB V: Konklusi, Implikasi, Rekomendasi

Bab ini menjelaskan tentang konklusi dari hasil pembahasan dan implikasinya serta rekomendasi yang dipandang perlu untuk mengatasi kekurangan-kekurangan yang ada.