

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan cepat saji merupakan industri makanan yang sangat digemari oleh masyarakat, khususnya masyarakat perkotaan. Sedikitnya waktu seseorang untuk membuat sendiri masakan untuk dirinya sendiri membuat seseorang ingin sesuatu yang bisa dinikmati dengan cepat. Maka untuk itu kebanyakan orang memilih untuk pergi ke restoran cepat saji. Restoran cepat saji sudah banyak berkembang diberbagai daerah di Indonesia, salah satunya di Surabaya. Salah satu restoran cepat saji yang sudah banyak cabangnya adalah Mc. Donald. Mc. Donald's *Corporation* adalah serangkaian rumah makan cepat saji terbesar didunia. Hidangan utama di restoran Mc. Donald adalah Hamburger, namun mereka juga menyajikan minuman, kentang goreng, fillet ayam dan hidangan lokal yang disesuaikan dengan tempat restoran berada.

Restoran Mc. Donald ini didirikan pada tahun 1940 oleh dua bersaudara Dick dan Mac Donald namun kemudian dibeli oleh Ray Kroc dan diperluas ke seluruh dunia. Sampai saat ini Mc. Donald memiliki 30.000 rumah makan di seluruh dunia. Salah satu cabangnya berdiri di Surabaya yang merupakan salah satu cabang di Surabaya. Masalah yang dihadapi dari setiap rumah makan adalah masalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Pelanggan yang puas dengan kualitas produk atau jasa

yang dibeli suatu organisasi menjadi pelanggan yang dapat diandalkan. Oleh karena itu kepuasan pelanggan sangat penting.

Salah satu layanan unik yang hanya dimiliki oleh restoran *fast food* Mc. Donald adalah layanan *drive thru*. Layanan ini memungkinkan konsumen untuk membeli makanan tanpa harus turun dari kendaraannya. Mc. Donald sebagai salah satu restoran *fast food* terbesar kedua di Indonesia juga menyediakan layanan *drive thru* bagi para konsumennya. Pada penelitian ini peneliti memilih cabang Mc. Donald Rungkut, Surabaya sebagai fokus objek penelitian karena lokasinya yang terletak di pusat kota. Lokasi yang sangat strategis ini sangat sesuai dengan target market Mc. Donald yang menarget para mahasiswa dan pekerja.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kualitas produk tetap menjadi faktor utama dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Prasetyo dan Haryanto (2021), kualitas makanan yang baik merupakan syarat penting untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Hal ini sejalan dengan temuan dari Sari dan Putra (2022) yang menyatakan bahwa konsumen cenderung membeli produk yang telah terbukti kualitasnya karena dapat menumbuhkan kepercayaan. Ketika produk mampu memenuhi ekspektasi konsumen, maka kepuasan pelanggan pun dapat tercapai. Konsumen yang puas akan dengan senang hati merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain (Yuliana & Rahmawati, 2023).

Harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasar dan merupakan salah satu elemen penting bagi usaha dalam melakukan strategi pemasaran. Harga harus sesuai dengan persepsi konsumen tentang produk yang akan ditawarkan. Harga menurut Kotler (2009) adalah bagian dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sambungan untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Demikian pula dengan Mc. Donald's harus menetapkan harga yang tepat karena konsumen akan menilai hal tersebut untuk mengevaluasi. Apabila konsumen menganggap nilai yang ditawarkan lebih

tinggi dari kualitas produk, maka konsumen tidak akan menggunakan atau membeli produk. Sebaliknya, apabila konsumen menilai bahwa nilai yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, maka konsumen akan menggunakan produk tersebut.

Upaya-upaya yang dilakukan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dengan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan dengan pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Menurut Kotler dalam Rangkuti (2017) pelayanan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang bermanfaat atau yang diberikan oleh satu atau beberapa pihak kepada pihak lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang pada dasarnya bersifat berwujud.



Gambar 1. 1 Perusahaan Mc. Donald's di Indonesia

Sumber: Kompas.com

Di Indonesia sendiri restoran Mc. Donald's hadir pada tahun 1991 dan merupakan negara ke-70 dari Mc. Donald's seluruh dunia. H. Bambang N. Rachmadi adalah warga negara Indonesia pertama yang berhasil mendapatkan hak *master franchise* dari Mc. Donald's dengan mengalahkan 13.000 pesaing. Beliau merupakan presiden Mc. Donald's Indonesia sampai hari ini. Sebelum membuka restorannya yang pertama di daerah Sarinah- Jakarta, beliau diwajibkan mengikuti pelatihan selama setahun di Australia, Amerika Serikat, Malaysia dan Singapore.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh *Research Gap* pada penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Trixie Nova (2018), memperoleh hasil bahwa *Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions* yang dimana hal ini sesuai dengan pendapat Ladhari & Morales (2008) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada niat perilaku. Dapat dikatakan bahwa dengan memberikan kualitas pelayanan dengan baik maka dengan sendirinya mahasiswa akan memiliki kecenderungan memberikan rekomendasi loyal dan bersedia membayar dengan harga premium. Sedangkan peneliti Ika Febrilia (2021) memperoleh hasil bertolak belakang bahwa *Service Quality* yang tidak berpengaruh secara positif dan signifikan karena variabel *Service Quality* pada aplikasi jasa Kesehatan tidak terlalu menggunakan aplikasi jasa karena orang lebih percaya kalau cek hasilnya secara langsung.

Selanjutnya penelitian Alfredo Dwitama & Edward Stephen (2020) dalam hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa kombinasi warna, penampilan, porsi yang diberikan, aroma produk serta rasa dari produk-produk bakteri telah menjadi beberapa pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian produk. Sedangkan penelitian Farisa Hasna & Susanti Wahyuningsih (2020) menunjukkan hasil bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, apabila kualitas produk semakin menurun maka akan menurunkan keputusan pembelian tetapi tidak signifikan.

Setelah itu penelitian Fahmi Firdaus & Agus Hermani (2020) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh signifikan, responden menyatakan bahwa harga yang ditetapkan sebanding dengan produk yang diterima artinya mereka menilai harga yang ditetapkan oleh Rainbow Creative tergolong sangat murah. Sedangkan peneliti Maulidia Adinda

& Uswatun Chasanah (2021) menunjukkan hasil harga tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen yang berarti bahwa harga suatu produk tidak akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Fokus dari penelitian ini adalah mengetahui “**Analisis Pengaruh *Service Quality*, *Food Quality* dan *Price-Value Ratio* mempengaruhi *Satisfaction* mempengaruhi *Behavioral Intentions* sebagai variabel intervening pada Mc. Donald’s di Rungkut, Surabaya**”

1.2 Batasan Penelitian

Dalam setiap penelitian diperlukan batasan yang jelas mengenai masalah yang dibahas agar pembahasan masalah tidak terlalu luas. Demikian juga dengan penelitian ini. Variabel-variabel yang digunakan dan dibahas dalam penelitian ini adalah *Service Quality*, *Food Quality* dan *Price-Value Ratio* mempengaruhi *Satisfaction* mempengaruhi *Behavioral Intentions* sebagai variabel intervening pada Mc. Donald’s di Rungkut, Surabaya. Objek dalam penelitian ini adalah orang yang mengunjungi Mc. Donald’s di Rungkut, Surabaya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* pada Mc. Donald’s di Rungkut, Surabaya?
2. Apakah *Food Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* pada Mc. Donald’s di Rungkut, Surabaya?
3. Apakah *Price-Value Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* pada Mc. Donald’s di Rungkut, Surabaya?

4. Apakah *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intentions* pada Mc. Donald's di Rungkut, Surabaya?
5. Apakah *Food Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intentions* pada Mc. Donald's di Rungkut, Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian tentunya memiliki tujuan didalamnya. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1 Untuk menguji dan menganalisa apakah *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* pada Mc. Donald's di Rungkut, Surabaya
- 2 Untuk menguji dan menganalisa apakah *Food Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* pada Mc. Donald's di Rungkut, Surabaya
- 3 Untuk menguji dan menganalisa apakah *Price-Value Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* pada Mc. Donald's di Rungkut, Surabaya
- 4 Untuk menguji dan menganalisa apakah *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intentions* pada Mc. Donald's di Rungkut, Surabaya
- 5 Untuk menguji dan menganalisa apakah *Food Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intentions* pada Mc. Donald's di Rungkut, Surabaya

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Manfaat penelitian ini dapat dibagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Penelitian ini dapat mendukung teori yang ada tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *Satisfaction* dan *Behavioral Intentions*
- 2 Penelitian ini dapat mendukung hasil penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang didukung oleh peneliti lain mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Satisfaction* dan *Behavioral Intentions* yang telah dilakukan oleh penelitian lain.
- 3 Penelitian ini dapat berguna sebagai referensi bagi penelitian lain yang ingin meneliti tentang *Satisfaction* dan *Behavioral Intentions*

1.5.2 Manfaat praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *Satisfaction* dan *Behavioral Intentions* pada Mc. Donald's di Rungkut, Surabaya. Sehingga, hasil penelitian ini dapat berguna sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi Mc. Donald's di Rungkut, Surabaya dalam mengambil keputusan

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika ini dibuat bertujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami penelitian. Dalam laporan penelitian ini dari lima bab yang mana dari bab tersebut secara garis besar dapat dijelaskan dengan urutan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan pendahuluan mengenai gambaran umum dalam penyusunan penelitian yang didalamnya berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisikan teori-teori terdahulu yang menjadi dasar dari pembahasan penelitian ini, pengembangan dari hipotesis, model penelitian serta bagian alur berpikir

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang metode penelitian yang termuat jenis penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel dan juga metode analisis data

BAB IV: ANALISIS DATA PERUSAHAAN & PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang gambaran umum dari objek penelitian, analisis data yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian dari hipotesis dan juga dari analisis data.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan serta rangkuman singkat tentang pembahasan dari bab analisis dan penelitian yang sudah dilakukan. Serta terdapat implikasi dan juga saran yang diberikan yang berguna untuk memperbaiki penelitian ini dikemudian hari.