



## BAB I

### PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan membahas tentang latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

Dalam latar belakang masalah, akan dijelaskan mengenai lingkungan ekonomi (makro) dan industri (mikro) dari objek yang diteliti. Identifikasi masalah merupakan uraian dalam bentuk paragraf-paragraf pendek yang diakhiri dengan masalah-masalah yang dipertanyakan. Batasan masalah merupakan kriteria-kriteria dan/atau kebijakan-kebijakan untuk mempersempit masalah-masalah yang diidentifikasi sebelumnya. Batasan penelitian membahas kriteria-kriteria dan/atau kebijakan-kebijakan kuantitatif yang dipergunakan untuk merealisasikan penelitian dan pertimbangan karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana. Rumusan masalah merupakan formulasi mengenai inti masalah yang akan diteliti secara lebih lanjut dan konsisten, setelah dipersempit dengan batasan masalah, dan dinyatakan dalam kalimat Tanya. Tujuan penelitian sendiri merupakan sesuatu yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian atau jawaban mengenai mengapa penelitian tersebut dilaksanakan. Sedangkan manfaat penelitian merupakan uraian mengenai manfaat penelitian bagi berbagai pihak yang terkait dengan penelitian.

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin pesat, hampir semua orang membutuhkan hal yang serba instan dikarenakan aktivitas masyarakat yang begitu padat terutama di wilayah Jakarta. Hal ini membuat masyarakat memilih serba instan seperti salah

Hak Cipta Dindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



satu contoh dalam produk makanan cepat saji atau sering dikenal dengan fastfood untuk memenuhi kebutuhan primernya. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang seperti ini, para pelaku bisnis menjadikan kondisi tersebut menjadi sebuah peluang bisnis yang cukup menjanjikan.

Salah satu contoh perusahaan yang memanfaatkan peluang yang ada adalah PT. *FASTFOOD Kentucky Fried Chicken* atau yang sering kita kenal dengan KFC. Mengisi peluang tersebut begitu memungkinkan dengan kebiasaan masyarakat Jakarta yang tidak terlalu suka menunggu lama dan selalu ingin yang cepat saji. Dengan KFC menciptakan produk tersebut maka masyarakat Jakarta mendapatkan solusi seperti apa yang diinginkan, hal ini membuktikan bahwa peminat KFC semakin tahun semakin meningkat. Pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

**Tabel 1.1**  
**Daftar Restoran di Indonesia yang Paling Diminati Masyarakat dari bulan April 2017 hingga Maret 2018**

Nama Restoran	Jumlah Peminat
Restoran Sederhana	28.400.000 orang
KFC	24.000.000 orang
McDonald's	7.700.000 orang
Pizza Hut	6.500.000 orang
Solaria	3.200.000 orang
A&W	2.400.000 orang
D'Cost	2.400.000 orang
Hoka-Hoka Bento	2.300.000 orang
Texas Fried Chicken	1.600.000 orang
Es Teler 77	1.500.000 orang

Sumber : <https://travel.kompas.com> – 15/09/2018, 09:05 WIB

KFC merupakan salah satu tempat makan cepat saji yang menyajikan produk ayam serta berbagai menu variasi lainnya. Produk yang disajikan KFC adalah seperti ayam goreng, kentang goreng, dan burger serta terdapat pula produk produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tambahan lainnya seperti perkedel dan soup ayam. KFC membuka berbagai outlet di berbagai kota-kota besar di Indonesia. KFC pada kota-kota besar telah mengalami kesuksesan, salah satunya adalah kota Jakarta. Kesuksesan KFC dalam industri makanan tentu tidak luput dari strategi-strategi yang digunakan seperti strategi harga juga kualitas yang diberikan, seperti kualitas produknya maupun kualitas pelayanannya. Strategi inilah yang diharapkan dan menjadikan KFC sebesar sekarang ini.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 10 warga sekitar kalibata yang dimintai pendapat tentang berbagai merek restoran cepat saji, didapatkan hasil bahwa 60% orang warga lebih memilih KFC sebagai restoran cepat saji yang akan dikunjungi apabila hendak membeli fast food karena mereka lebih menyukai rasa fast food yang ada di KFC dibandingkan restoran cepat saji yang lain. Selain itu, mereka lebih dulu mengenal KFC dibandingkan yang lain. Sedangkan 40% orang lainnya memilih produk makan cepat saji dengan merek lain. Dari hasil wawancara terhadap 10 orang warga sekitar kalibata yang dimintai pendapat mengenai KFC menyatakan bahwa 60% warga mengatakan KFC lebih enak, menu pilihannya lebih banyak, mudah ditemukan di semua mall yang ada di Jakarta. Menurut mereka ayam crispy KFC lebih enak dan gurih dibandingkan dengan merek lain. Selain itu KFC juga sudah lebih dulu dikenal daripada merek lain. Terdapat 40% warga yang tidak puas dengan KFC dikarenakan warga tersebut lebih menyukai produk makanan cepat saji merek lain, ada juga yang berpendapat ayam goreng KFC terlalu berminyak dan kurang enak untuk dimakan. Sebanyak 60% warga mengatakan variasi menu KFC lebih banyak pilihan dari pada fast food lainnya, namun 40% warga mengatakan variasi menu pada fast food lainnya lebih banyak pilihan. Sedangkan dari harga sebanyak 70% warga mengatakan harga yang ditawarkan oleh KFC cukup sesuai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dengan harapan. Hal ini dikarenakan KFC memiliki rasa yang jauh lebih enak sehingga wajar KFC mematok harga yang sedemikian rupa, namun 30% warga mengatakan bahwa harga KFC cukup mahal dan lebih memilih produk ayam goreng yang dijual di pinggir jalan karena harganya jauh lebih murah dan sekarang ini telah banyak sehingga mudah ditemukan produk ayam goreng yang jauh lebih murah.

Kepuasan pelanggan adalah tujuan utama dari setiap perusahaan sehingga diharapkan nantinya konsumen akan kembali dan terus membeli produk KFC. Pada umumnya konsumen merasa puas ketika apa yang mereka harapkan sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Dimana yang diinginkan konsumen adalah harga yang terjangkau dan kualitas dari segi produk maupun pelayanan yang baik.

Menurut Kotler and Keller, (2016) mengatakan bahwa kebutuhan adalah kebutuhan dasar manusia seperti udara, makanan, air, pakaian dan juga tempat berlindung, selain itu juga kebutuhan akan rekreasi, edukasi, dan hiburan. Kebutuhan-kebutuhan ini berubah menjadi keinginan ketika diarahkan ke objek tertentu untuk memuaskan kebutuhannya.

Menurut Kotler and Keller, (2016) mengatakan bahwa ketika ekonomi maju, proporsi kegiatan mereka yang semakin besar berfokus pada produk jasa, termasuk pesawat terbang, hotel, perusahaan penyewaan mobil jasa potong rambut dan penata rias, jasa pemeliharaan dan perbaikan, akuntan, pegawai bank, pengacara, mekanik, dokter, programmer, dan konsultan manajemen.

Dari definisi di atas, penulis menyimpulkan, kepuasan mencerminkan penilaian seseorang terhadap kinerja yang dirasakan atas suatu produk dalam hubungannya dengan harapan individu tersebut. Jika kinerja kurang dari yang diharapkan, maka pelanggan akan kecewa. Jika kinerja sudah sesuai dengan harapan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



maka pelanggan akan puas. Namun jika kinerja melebihi dari apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan akan merasa senang.

Penelitian terdahulu tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Ulang Pelanggan KFC di Tangerang Selatan pernah dilakukan oleh Yesenia and Siregar, (2016). Hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka penulis ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan, maka skripsi ini berjudul: “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen KFC Plaza Kalibata, Jakarta Selatan”.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diperoleh identifikasi masalah yang akan diteliti sesuai dengan batasan kemampuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen KFC Plaza Kalibata?
2. Apakah KFC Plaza Kalibata sudah menyediakan makanan dan minuman yang sesuai dengan selera masyarakat Indonesia?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen KFC Plaza Kalibata?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen KFC Plaza Kalibata?



5. Apakah kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen KFC Plaza Kalibata?

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah-masalah yang akan diteliti antara lain sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen KFC Plaza Kalibata?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen KFC Plaza Kalibata?

**D. Batasan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, maka penulis akan membatasi penelitian pada:

1. Periode penelitian ini dilakukan dari bulan Maret 2020 sampai dengan Mei 2020.
2. Objek penelitian adalah kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen KFC Plaza Kalibata, Jakarta Selatan.
3. Subjek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi KFC Plaza Kalibata, Jakarta Selatan dalam waktu satu bulan terakhir.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan diatas, maka perumusan masalah yang diambil adalah sebagai berikut: “Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen KFC Plaza Kalibata, Jakarta Selatan.

## C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran tentang:

1. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen KFC Plaza Kalibata
2. KFC Plaza Kalibata sudah menyediakan makanan dan minuman yang sesuai dengan selera masyarakat Indonesia
3. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen KFC Plaza Kalibata
4. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen KFC Plaza Kalibata
5. Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen KFC Plaza Kalibata

## G. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini, antara lain:

1. Bagi Perusahaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- a. Dapat menjadi gambaran untuk menerapkan strategi yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan kepuasan konsumen pada produk dimasa yang akan datang.
  - b. Dapat menjadi alat masukan bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen KFC, khususnya KFC Plaza Kalibata, Jakarta Selatan.
  - c. Memperoleh masukan untuk mengantisipasi apa yang diinginkan konsumen makanan cepat saji dari perusahaan.
2. Bagi Penulis
    - a. Menjadi sarana yang baik didalam melatih diri dan mengaplikasikan pengetahuan untuk mengadakan penelitian sejenis dan penelitian-penelitian lain.
    - b. Penelitian ini berguna bagi penulis untuk menambah wawasan pengetahuan sebagai bahan praktik untuk menerapkan teori pengukuran kepuasan konsumen.
  3. Bagi Pembaca
    - a. Dengan adanya penelitian ini, pembaca dapat mengetahui lebih dalam mengenai objek penelitian yang penulis bahas.
    - b. Sebagai referensi bagi pembaca selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis.