



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang dengan pesat walaupun pada masa krisis. Hal ini karena pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi, sehingga apabila makan dan minum masih menjadi kebutuhan yang diutamakan maka bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan bisnis kuliner ini disertai dengan semakin banyaknya restoran-restoran yang bermunculan, baik itu restoran biasa maupun restoran *fast food*. Menu dan fasilitas yang ditawarkan pun semakin berkembang, mulai dari tempat yang hanya sekedar untuk menikmati makanan rumahan dengan menu sederhana hingga mewah yang menyajikan berbagai macam menu unik dan mewah bertaraf internasional.

Masyarakat Indonesia terutama masyarakat perkotaan mulai tertarik dan menyukai *fast food* seperti hamburger, kentucky, spagetti, pizza, hot dog, dan masih banyak lagi. Ketertarikan ini pada dasarnya disebabkan oleh mobilitas masyarakat perkotaan yang semakin cepat dan menyukai segala sesuatu yang praktis, didukung dengan padatnya aktivitas keluarga di luar rumah sehingga tidak waktu untuk menyiapkan makanan. Namun, pada saat ini perilaku konsumtif yang dilakukan masyarakat perkotaan tidak hanya didorong oleh adanya kebutuhan akan fungsi suatu produk. Hal ini juga didasari oleh keinginan yang sifatnya untuk menjaga gengsi. Perkembangan restoran *fast food* dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini ditandai dengan maraknya kehadiran restoran-restoran yang menyajikan hidangan cepat saji di Indonesia. Restoran *fast food* ini tentu



memiliki kelebihan dan strategi masing-masing yang dapat menarik minat konsumen agar mengonsumsi produk yang mereka tawarkan. Kondisi tersebut mengakibatkan pelanggan akan dihadapkan dengan banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan mencari nilai yang paling tinggi diantara beberapa produk yang ditawarkan. Peran manajemen pemasaran bukan lagi hanya membuat strategi untuk mendapatkan pelanggan melainkan menjadikan pelanggan tersebut loyal kepada perusahaan. Melalui pelanggan yang loyal perusahaan bisa mendapatkan pelanggan baru. Hal tersebut dikarenakan salah satu perilaku pelanggan yang loyal yaitu merekomendasikan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain. Maka dari itu, seorang pelanggan yang loyal akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal. Kualitas produk yaitu upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui produk yang ditawarkan sedangkan kualitas pelayanan yaitu upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang mengiringi produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan bertumpu pada upaya memuaskan keinginan atau permintaan pelanggan berdasarkan harapan pelanggan. Maka dari itu, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan elemen penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Tidak bisa hanya salah satu saja yang diperhatikan, kedua elemen ini harus sejalan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikemukakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan elemen penting bagi restoran *fast food* dalam menarik minat beli pelanggan.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang maksimal adalah tujuan restoran *fast food* untuk tetap bertahan dan tetap menjadi pilihan di tengah ketatnya persaingan. Kualitas



yang buruk akan menimbulkan ketidak puasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran yang bersangkutan melainkan berdampak juga bagi calon pelanggan.

Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya.

Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing.

McDonald's merupakan salah satu restoran makanan *fast food* yang menawarkan berbagai makanan cepat saji. Makanan dan minuman yang ditawarkan pun sangat bervariasi burger, spaghetti, *fried chicken*, dan sebagainya sehingga semakin memanjakan pelanggan dengan pilihan menu yang disediakan. Berawal dari sebuah restoran *drive-in* sederhana di Pasadena, McDonald's kini dapat berkembang menjadi usaha waralaba restoran *fast food* yang hadir di hampir setiap negara di dunia. McDonald's bahkan mampu menciptakan trend restoran *fast food* dan gaya hidup baru di kalangan masyarakat global. Berbagai kesuksesan tersebut tentu saja tidak diraih dengan mudah, strategi pemasaran McDonald's lah yang membuat usaha waralaba tersebut mampu bertahan dan bersaing dengan restoran *fast food* lainnya. Namun semakin banyaknya restoran cepat saji yang bermunculan membuat persaingan semakin ketat. Kondisi ini menuntut pihak McDonald's untuk senantiasa meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini bertujuan agar pelanggan merasa puas dan memberikan kontribusi yang positif bagi pihak restoran. Salah satu dampak kepuasan pelanggan adalah terbentuknya loyalitas pelanggan bagi restoran.



Tabel 1.1

Daftar Restoran Dengan Jumlah Pelanggan Terbanyak Di Indonesia

No.	Nama Restoran	Jumlah Pelanggan
1.	Padang Sederhana	28,4 juta
2.	KFC	24 juta
3.	MC Donald	7,7 juta
4.	Pizza Hut	6,5 juta
5.	Solaria	3,2 juta

Sumber: Oktarini Dinar Surya dan (2018, 15 September). Inilah 5 Restoran dengan Pelanggan Terbanyak di Indonesia. *Guideku*. Diakses melalui

<https://www.guideku.com/food/2018/09/15/140000/inilah-5-restoran-dengan->, 15 September 2018.

Berdasarkan Tabel 1.1 McDonald's menempati daftar restoran di Indonesia dengan posisi ke-3, dengan begitu restoran McDonald's tentu saja harus sangat memperhatikan kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh pelanggannya. McDonald's dapat mencontoh bagaimana cara pelayanan yang diberikan oleh restoran lain kepada pelanggannya sehingga mereka memiliki jumlah pelanggan yang lebih banyak daripada McDonald's. McDonald's tentu harus memperhatikan juga kualitas produk makanan yang mereka sajikan kepada pelanggan, berupa kebersihan dan penampilan pada saat makanan tersebut disajikan kepada para pelanggannya.

Tampaknya McDonald's dapat terus bersaing dengan restoran lain, bahkan hingga saat ini restoran ini masih berada di daerah Kelapa Gading bahkan mereka merenovasi restoran tersebut, agar pengunjung merasa nyaman ketika sedang makan di restoran *fast food* McDonald's. Karena itu penulis memilih McDonald's sebagai objek penelitian. McDonald's juga memiliki aspek-aspek yang berkaitan dengan variabel- variabel yang akan diteliti, seperti kualitas layanan dan kualitas produk.



B. Identifikasi Masalah

© Dari latar belakang masalah di atas, Peneliti mengidentifikasi beberapa masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan McDonald's?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan McDonald's?
3. Bagaimana meningkatkan kualitas produk McDonald's ?
4. Bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap McDonald's?
5. Bagaimana menjaga kualitas produk McDonald's?

C. Batasan Masalah

Masalah-masalah yang telah diidentifikasi di atas selanjutnya akan dibatasi karena adanya keterbatasan waktu yang dihadapi penulis. Oleh karena itu, masalah yang menjadi fokus perhatian dalam lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan ?
2. Apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan ?

D. Batasan Penelitian

1. Objek penelitian ini adalah restoran McDonald's
2. Responden penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung dan mengkonsumsi makanan di Restoran McDonald's Kelapa Gading
3. Variabel yang diteliti dalam penelitian adalah kualitas produk dan kualitas layanan.



E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan batasan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian yaitu sebagai berikut :

“Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan McDonald’s di Kelapa Gading?”

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan McDonald’s diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis, hasil penelitian dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen pemasaran mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan McDonald’s.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada manajemen restoran McDonald’s khususnya mengenai pentingnya pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap
3. Bagi para pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan serta dapat digunakan sebagai bahan perbandingan maupun acuan bagi penelitian selanjutnya.