

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Kesibukan bekerja dan tuntutan hidup lainnya membuat berkurangnya waktu untuk memasak lauk dan sayur untuk makanan sehari-hari. Hal inilah yang mendorong banyaknya orang yang beralih pada makanan instan atau makanan cepat saji. Makanan cepat saji dapat berupa makanan beku, makanan kalengan, dan makanan yang menggunakan bahan pengawet. Makanan siap saji sekarang sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat Indonesia, karena selain harganya terjangkau, makanan siap saji mudah diolah, cepat dan praktis, tahan lama, serta memiliki rasa yang lebih enak.

(Sumber: <http://www.kantarworldpanel.com>)

Makanan siap saji adalah istilah untuk makanan yang dapat disiapkan dengan segera dan memerlukan waktu dengan cepat. Biasanya istilah makanan siap saji merujuk kepada makanan yang di jual di sebuah restoran atau toko dengan persiapan yang berkualitas rendah dan biasanya disajikan dalam bentuk ala carte ataupun bentuk paket. Makanan cepat saji biasanya tersedia dalam dua metode, yaitu dapat di bawa pulang (*take away*) atau makan di tempat (*dine-in*).

(Sumber: <http://id.wikipedia.org>)

Industri makanan merupakan industri yang terus berkembang dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Kesibukan bekerja dan tuntutan hidup lainnya membuat berkurangnya waktu untuk memasak lauk dan sayur untuk makanan sehari-hari. Hal inilah yang mendorong banyaknya orang yang kini beralih





pada makanan cepat saji. Makanan cepat saji kini telah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia. Gaya hidup ini juga didukung dengan kehadiran McDonald's di Indonesia yang menyediakan makanan cepat saji berkualitas dengan rasa yang khas dan didukung pelayanan yang berkualitas.

Visi McDonald's adalah menjadi restoran cepat saji dengan pelayanan terbaik di dunia. Untuk mencapai visi ini, McDonald's selalu menjamin mutu produk-produknya, memberikan pelayanan yang memuaskan, menawarkan kebersihan dan keamanan produk pangan serta nilai-nilai tambah lainnya. Senyum pelanggan adalah hal penting untuk McDonald's.

(Sumber: <http://www.mcdonalds.co.id/tentang-mcdonalds/info-perusahaan/visi-misi>)

Kualitas layanan dan kualitas produk merupakan kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992 yang di kutip oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta). Kepuasan pelanggan menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan. Menurut para akademisi, kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan (Oliver, 1980 di kutip oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta). Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan

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



(Gilbert dkk., 2004 di kutip oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta). Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2005 di kutip oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta). Kualitas produk yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006 di kutip oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta). Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Konsep dari kualitas layanan, dan kepuasan saling berhubungan satu dengan yang lain. Secara teoritis, dalam prosesnya dapat memberikan acuan pada penelitian ini, dimana kualitas layanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung.

(Sumber: Jurnal)

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana McDonald's menghadapi pesaingnya?
2. Apakah McDonald's mampu menangani kemauan pelanggan?
3. Apakah McDonald's menyediakan makanan dan minuman yang sesuai dengan selera masyarakat Indonesia?
4. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh McDonald's?
5. Bagaimana kualitas produk McDonald's?



6. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap McDonald's?
7. Apakah kualitas layanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan pada McDonald's?

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh McDonald's?
2. Bagaimana kualitas produk yang diberikan oleh McDonald's?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap McDonald's?
4. Apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada McDonald's?
5. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan pada McDonald's?

### D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang ditetapkan peneliti untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah McDonald's Kelapa Gading, Jakarta Utara.
2. Subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah makan di McDonald's Kelapa Gading, Jakarta Utara.
3. Populasi penelitian ini adalah pelanggan di McDonald's Kelapa Gading, Jakarta Utara.

### E. Rumusan Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (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.



Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana kualitas layanan dan kualitas produk serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald’s di Kelapa Gading, Jakarta Utara.”

### **F. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapat gambaran tentang:

1. Kualitas layanan yang diberikan oleh McDonald’s sudah baik.
2. Kualitas produk yang diberikan oleh McDonald’s sudah baik.
3. Pelanggan merasa puas terhadap McDonald’s.
4. Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk secara langsung terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald’s.

### **G. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini bermanfaat sebagai masukan kepada perusahaan agar dapat meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti selanjutnya mengenai kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya.