

BAB I

PENDAHULUAN

Pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KFC di Indonesia.

Dibawah ini mengulas Latar belakang masalah, Identifikasi masalah, Batasan masalah, Batasan penelitian, Rumusan masalah, Tujuan Penelitian dan Manfaat penelitian:

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan antar industri pada masa ini bukan lagi berorientasi pada metode tingkatan volume penjualan namun lebih berorientasi dalam memuaskan kebutuhan pelanggan serta menghasilkan loyalitas. Pemasaran mempunyai peranan yang berarti dalam perusahaan yang menghasilkan nilai untuk pelanggan dan membangun ikatan yang kokoh dengan pelanggan. Kepuasan pelanggan ialah kunci dalam menghasilkan loyalitas pelanggan (Kotler, Philip. & Armstrong, 2008: 16).

Kualitas yang rendah dapat menyebabkan ketidakpuasan bagi pelanggan, tidak hanya pelanggan yang telah mencoba produk atau menu hidangan di restoran tersebut tetapi juga mempengaruhi pada calon pelanggan.

Menurut Bowen dalam Soniawati (2016) Loyalitas tamu menjadi salah satu asset penting bagi perusahaan karena pelanggan yang loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk melakukan switching (berpindah merek), dan menjadi strong word of mouth

Konsumen yang puas akan membeli lagi dan merekomendasikan kepada orang lain tentang pengalaman baik mereka, konsumen yang tidak puas sering berganti ke pesaing dan menjelek-jelekkan produk-produk yang mereka beli kepada orang lain (Kotler, Philip. & Armstrong, 2008: 8).





Kotler dan Keller (2016: 81) mengatakan Semakin tinggi peringkat konsumennya merek perusahaan dalam hal kepuasan dan loyalitas, kemungkinan besar pelanggan akan terus membeli produk/merek tersebut.

Di Indonesia, persaingan antar restoran cepat saji khususnya restoran berspesialisasi dalam ayam goreng kini sangatlah ketat. Mulai dari McDonalds Chicken, Texas Chicken, A&W, CFC, WINGSTOP dan Richeese Factory. Dalam perihal menyajikan produk/hidangan, pesaing-pesaing tersebut berupaya dalam peningkatan mutu produk serta terus berinovasi dalam produk dan menawarkan nilai terbaik untuk menarik pelanggan serta mempertahankan pembelian yang berkepanjangan dari pelanggan dan dikenal baik oleh masyarakat agar usaha terus berjalan dengan adanya loyalitas pelanggan. Fenomena persaingan tersebut hendak menuntut tiap pelaku usaha wajib menghasilkan produk yang bermutu agar terus dipilih oleh pelanggan. Oleh sebab itu, mutu produk sangat penting untuk di jaga dan terus di tingkatkan dalam sebuah perusahaan.

KFC telah sangat sering terdengar diteliga masyarakat Indonesia yang merupakan perusahaan publik yang bergerak dalam bidang ritel makanan cepat saji dan bermarkas di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1978. Perusahaan pada awalnya hanya dimiliki oleh Gelael Group, dimana pada 1979 perusahaan membuka gerai pertama KFC di Jl Melawati Jakarta Selatan. Gerai pertama ini sukses, sehingga perlahan namun pasti merambah ke sejumlah wilayah di Indonesia. Selanjutnya, perusahaan dipegang bersama dengan Salim Group pada 1990 sampai saat ini. Saat ini, bagian kepemilikan dari Salim Group dimiliki oleh Indoritel. Perusahaan ini mengelola merek KFC di Indonesia berdasarkan kerjasama waralaba dengan Yum! Brands yang merupakan grup pemilik waralaba sejumlah merek terkemuka, seperti Pizza Hut dan Taco Bell. Perusahaan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada tahun 1993. (https://id.wikipedia.org/wiki/KFC_Indonesia).

Hak cipta dilindungi undang-undang. Penyalinan tanpa izin IBIKKG. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau seluruh atau sebagian dari isi ini tanpa menandatangani dan menyertakan sumber.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Salah satu yang menjadi indikator sebuah merek menjadi pilihan dari rakyat Indonesia yaitu Top Brand Award dan berikut adalah tabel merek restoran cepat saji yang menjadi Top

Brand di Indonesia:

Tabel 1. 1

Top Brand Restoran Cepat Saji Award 2018, 2019 dan 2020

RESTORAN FAST FOOD			RESTORAN FAST FOOD			RESTORAN FAST FOOD		
MEREK	TBI	TOP	MEREK	TBI	TOP	MEREK	TBI	TOP
KFC	42.7%	TOP	KFC	36.6%	TOP	KFC	26.4%	TOP
MCD	24.3%	TOP	MCD	27.4%	TOP	MCD	22.8%	TOP
A&W	6.3%		HOKA-HOKA BENTO	11.7%		HOKA HOKA BENTO	6.5%	
HOKA-HOKA BENTO	5.8%		CFC	6.6%		A&W	5.9%	
RICHEESE FACTORY	2.7%		BURGER KING	4.8%		RICHEESE FACTORY	4.9%	

Sumber : www.topbrand-award.com, 2020

KFC selalu meningkatkan kualitas produknya dengan sangat baik, dapat dilihat dari penghargaan TopBrand award yang dimana KFC selalu berhasil mempertahankan posisi terdepan dari pada pesaing setiap tahunnya.

Dapat di ringkas juga dari segi pendapatan/revenue pertahun KFC dan berikut table yang dapat disajikan dari pendapatan KFC Indonesia ditahun 2014-2019:

Tabel 1. 2

Pendapatan KFC Indonesia tahun 2014-2019

TAHUN	PENDAPATAN /REVENUE
2014	Rp. 4.208.887.158.000,00
2015	Rp. 4.475.061.326.000,00
2016	Rp. 4.883.307.267.000,00
2017	Rp. 5.302.683.924.000,00
2018	Rp. 6.017.492.356.000,00
2019	Rp. 6.706.376.352.000,00

Sumber: <https://kfcku.com/financial-report?t=yearly>

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.



Dilihat dari laporan keuangan pendapatan KFC selalu meningkat setiap tahunnya tetapi tidak konsisten dalam peningkatannya. Yang dapat di artikan KFC mampu bersaing dengan restoran sejenis dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dalam kepuasan pelanggan tetapi dalam hal loyalitas konsumen dapat disimpulkan dalam tabel pendapatan tahunan KFC, jika loyalitas tidak meningkat secara konsisten yang sama setiap tahunnya, mungkin saja hal ini terjadi karena adanya keputusan pelanggan lama untuk meninggalkan KFC dan pada saat bersamaan masuk pelanggan baru itulah yang menggapa KFC mengalami peningkatan pendapatan yang tidak konsisten setiap tahunnya.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian terhadap KFC Jakarta khususnya mengenai kualitas produknya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan KFC Jakarta dan kepuasan pelanggan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan KFC Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KFC Jakarta?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KFC Jakarta?

C. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memberikan Batasan penelitian antara lain seperti di bawah ini:

1. Penelitian yang dilakukan adalah representasi dari seluruh cabang KFC di Jakarta.
2. Batasan responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi KFC Jakarta setidaknya 6 bulan terakhir.
3. Waktu penelitian adalah Maret 2021 – Agustus 2021

D. Rumusan Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang menyalin atau seluruh atau sebagian dari 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang menyalin atau seluruh atau sebagian dari 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.



Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan KFC Jakarta”

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan KFC Jakarta.
2. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KFC Jakarta.

F. Manfaat Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi instansi-instansi yang bersangkutan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini sebagai sumber informasi untuk bagaimana lingkungan merespon faktor-faktor yang dinilai menjadi bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga lebih dapat memajukan kinerja perusahaan agar dapat menjadi perusahaan yang lebih unggul dibandingkan para pesaing.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan acuan atau referensi bagi penelitian selanjutnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI IKKG (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.