**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Setiap manusia memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda. Menurut Assuari (2015:91), kebutuhan adalah sebuah kondisi yang dapat memberikan hal yang menyenangkan dan sangat rumit atau kompleks. Kebutuhan ini mencakup kebutuhan pokok kehidupan seperti makanan, minuman, pakaian, perumahan, kesehatan dan keselamatan. Sedangkan keinginan adalah pernyataan tentang kepuasan yang diharapkan dari pemenuhan kebutuhan yang dihadapinnya atas suatu barang atau jasa. Keinginan selalu dipengaruhi oleh kebudayaan masyarakat tempat konsumen berada, terutama dalam merumuskan objek yang dapat memuaskan pemenuhan kebutuhan. Artinya, individu mungkin memiliki kebutuhan yang sama namun bisa saja memiliki keinginan yang berbeda. Namun seiring berjalannya waktu, kebutuhan dan keinginan manusia pun semakin berkembang dan beraneka ragam. Karena fokus dari kegiatan pemasaran adalah kebutuhan dan keinginan konsumen, maka dengan semakin banyak dan beragamnya kebutuhan hidup dan keinginan manusia, pemasar atau perusahaan harus mampu memahami kebutuhan hidup dan keinginan manusia dengan merebut hati konsumen melalui produk yang mampu memenuhi tak hanya kebutuhan tetapi juga keinginan konsumen.

Saat ini bisnis restoran atau rumah makan di Indonesia perkembangannya sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya restoran yang dapat kita jumpai di berbagai macam tempat seperti di mall, hotel, tenda kaki lima, gedung dan tempat tempat lainnya. GAPMMI memprediksi industri makanan dan minuman nasional terus menunjukkan kinerja positif dengan tumbuh mencapai 9,82% atau sebesar Rp192,69 triliun pada triwulan III 2016. Pertumbuhan industri ini terutama didorong kecenderungan masyarakat khususnya kelas menengah ke atas yang mengutamakan konsumsi produk-produk makanan dan minuman yang higienis dan alami. ( http://www.kemenperin.go.id ). Restoran yang ada pun beragam jenisnya, mulai dari yang menyediakan makanan ringan dan minuman seperti café, sampai dengan makanan kaki lima, rumah makan serta restoran cepat saji yang menyediakan makana atau masakan Indonesia, Barat dan Asia.

Di Indonesia, khususnya di kota Jakarta, banyak sekali bermunculan restoran-restoran cepat saji. Hal ini menunjukan bahwa makanan cepat saji cukup diminati oleh masyarakat Indonesia. Menurut survei terbaru MasterCard, bertajuk Consumer Purchasing Priorities, sebanyak 80% orang Indonesia lebih memilih untuk bersantap di outlet cepat saji, diikuti oleh pusat jajanan atau food court yang menempati urutan kedua dengan 61%, dan restoran atau kafe kelas menengah sebanyak 22%. Sementara itu, hanya sekitar 1% konsumen di Indonesia yang memilih mengunjungi restoran untuk jamuan makan resmi (Sumber : http://www.tribunnews.com ).

Persaingan antara restoran-restoran makanan cepat saji di Jakarta pun semakin meningkat. Untuk memuaskan pelanggannya, para pemilik restoran makanan cepat saji selain menyediakan berbagai macam produk juga memberikan layanan berkualitas seperti menata restorannya dengan interior sedemikian rupa sehingga terlihat menarik, elegan, dengan suasana yang nyaman sehingga menambah kenikmatan dalam bersantap.

Salah satu restoran fast food yang beroperasi di daerah Jakarta Utara, tepatnya di Jalan Sungai Landak No. 10, Cilincing adalah restoran D’BESTO CHICKEN BURGER. Restoran ini merupakan bisnis yang menawarkan menu makanan berupa fried chicken dan makanan fast food lainnya seperti burger, spaghetti, *french fries*, dan lain-lain. Dasar memilih restoran ini karena produk makanan fast food yang ditawarkan sangat bervariatif dan rasanya relatif enak. Selain itu tempat yang disediakan cukup luas dan nyaman, serta harga dari produk yang ditawarkan relatif lebih murah dibanding dengan restoran makanan fast food lainnya. (Hasil Observasi)

Agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen, maka D’BESTO CHICKEN BURGER perlu melakukan berbagai usaha. Faktor utama yang harus diperhatikan oleh D’BESTO CHICKEN BURGER adalah pemberian kualitas layanan yang baik kepada konsumen, sehingga D’BESTO CHICKEN BURGER berusaha untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanannya. Hal ini dilakukan D’BESTO CHICKEN BURGER untuk meningkatkan jumlah konsumen atau pelanggan yang loyal terhadap D’BESTO CHICKEN BURGER. Kualitas layanan juga merupakan salah satu hal penting yang bisa dijadikan strategi dalam menenangkan persaingan, misalnya bentuk kenyamanan dalam pelayanan tempatnya, dimana interior didesign menarik dan senyaman mungkin, seperti dalam ruangan diberikan televisi sehingga membuat pengunjung betah berlama-lama di dalamnya.

Berdasarkan uraian di atas yang menjadi pokok permasalahan adalah bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen D’BESTO CHICKEN BURGER di Jalan Sungai Landak No. 10, Cilincing, Jakarta Utara.

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasikan beberapa masalah penelitian yang seharusnya dijabarkan dari pokok permasalahanan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk restoran D’BESTO CHICKEN BURGER di Jalan Sungai Landak?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan di restoran D’BESTO CHICKEN BURGER di Jalan Sungai Landak??
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada restoran D’BESTO CHICKEN BURGER di Jalan Sungai Landak?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap restoran D’BESTO CHICKEN BURGER di Jalan Sungai Landak?
5. **Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas menjadi :

Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen D'BESTO CHIKEN BURGER diJalan Sungai Landak?

1. **Batasan Penelitian**

Agar tujuan pembahasan ini menjadi lebih terarah untuk mencapai sasaran yang dihasilkan, maka penulis menetapkan batasan penelitian sebagai berikut :

1. Obyek yang diteliti adalah kualitas layanan dan kepuasan konsumen restoran D’BESTO CHIKEN BURGER yang berada di Jalan Sungai Landak No. 10, Cilincing, Jakarta Utara.
2. Ruang lingkup penelitian berada di Wilayah Cilincing, Jakarta Utara.
3. Penelitian dilakuakan kepada subyek penelitian yaitu konsumen yang pernah makan di restoran D’BESTO CHICKEN BURGER di Jalan Sungai Landak.
4. Penelitian dimulai dari bulan Oktober 2017 sampai dengan bulan Febuari 2018.
5. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah penulis jabarkan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran D’BESTO CHICKEN BURGER di Jalan Sungai Landak, Cilincing, Jakarta Utara?”

1. **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran D’BESTO CHICKEN BURGER.

1. **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan informasi yang mungkin bermanfaat bagi pihak D’BESTO CHICKEN BURGER yang juga ingin mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di restoran D'BESTO CHICKEN BURGER.

1. Bagi Penulis

Manfaatnya dengan melakukan penelitian ini adalah dapat memperluas wawasan berfikir penulis, menambah pengetahuan dan pengalaman baik dalam teori yang telah diterima selama perkuliahan maupun praktek melalui proses penelitian, khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap konsumen sebagai tugas akhir untuk mempeoleh gelar sarjana ekonomi.

1. Bagi Pihak Lain

Menambah wawasan dan memberikan informasi tentang kualitas layanan yang diberikan D’BESTO CHICKEN BURGER, serta masukan yang bermanfaat dan juga dapat dijadikan bahan acuan bagi penelitian sejenis.