



BAB 1

PENDAHULUAN



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

A. Latar Belakang Masalah

Semakin maju pesat perkembangan jaman pada era ini, banyak sekali cara-cara konsumen dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari termasuk dalam hal makanan dan minuman. Dalam hal memenuhi kebutuhan mendasar seperti makanan dan minuman banyak perusahaan penyedia barang dan jasa menawarkan berbagai macam variasi demi memenuhi segala permintaan konsumen. Oleh karena itu banyaknya muncul fenomena restoran cepat saji salah satunya yaitu McDonald's.

McDonald's Corporation berdiri pada tahun 1940 yang didirikan dua bersaudara yaitu Dick dan Mac McDonald, sebelum dibeli oleh Ray Kroc pada tanggal 15 April 1955. McDonald's semakin sukses saat Ray Kroc membeli lisensi waralaba dari McDonald's bersaudara dan memimpin perusahaan ini dengan melakukan ekspansi keseluruh dunia. McDonald's merupakan salah satu restoran cepat saji yang menyediakan makanan maupun minuman. Berbagai menu yang ditawarkan pun sangat bervariasi seperti *burger*, *spaghetti*, *fried chicken*, dan sebagainya sehingga semakin memanjakan pelanggan dengan pilihan menu yang tersedia. Berawal dari sebuah restoran *drive-in* sederhana di Pasadena, McDonald's kini dapat berkembang menjadi salah satu usaha waralaba restoran cepat saji yang berada hampir seluruh negara didunia.

Namun seiring berjalannya waktu dan perkembangan jaman, makin banyak restoran cepat saji yang bermunculan sehingga persaingan semakin ketat. Kondisi ini membuat McDonald's senantiasa meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk demi memberikan kepuasan pada pelanggan. Hal ini bertujuan untuk memberikan kontribusi



positif bagi pihak restoran, salah satu dampaknya adalah terbentuknya loyalitas pelanggan bagi restoran.

Tabel 1.1
Daftar 10 Restoran Terlaris di Indonesia

No	Nama Restoran	Jumlah Pelanggan (Juta)
1.	KFC	334,4
2.	McDonald's	314,1
3.	Pizza Hut	235,8
4.	Starbucks	82,8
5.	Hokben	62,8
6.	Restoran Sederhana	71,3
7.	Chatime	65,2
8.	Kopi Kenangan	60,2
9.	J Co Donuts & Coffee	59,6
10.	Kopi Janji Jiwa	52,7

Sumber : (Apriliansyah, 2023)

Berdasarkan Tabel 1.1, menurut data dari *detik finance* yang diambil berdasarkan *US Department of Agriculture* restoran *McDonald's* menempati diposisi ke-2. Dengan begitu *McDonald's* harus sangat memperhatikan kebutuhan yang diinginkan oleh para konsumen. *McDonald's* sendiri dapat mengambil contoh dari beberapa resto lainnya agar *McDonald's* sendiri dapat memiliki jumlah pelanggan yang lebih banyak dibanding kompetitornya. *McDonald's* harus memperhatikan juga dari segi kualitas layanan dan kualitas produknya yang mereka sajikan untuk para konsumen.

Pada tahun 2018 *McDonald's* sudah melayani sebanyak 69 juta konsumen setiap harinya di 100 negara yang tesebar sebanyak 37.855 *outlet*. *McDonald's* sendiri selalu mengutamakan produk yang dijual mengikutin uji kualitas yang dilakukan setiap hari untuk menjaga kualitas produk dan kualitas layanan mereka, oleh karena itu ayam dan sayuran yang dipakai oleh mereka berada pada tempat yang sudah diatur suhunya agar tetap menjaga kesegaran produk tersebut. Untuk makanan yang sudah matang atau sudah



siap untuk disajikan jika berada disuhu ruangan selama 10 menit dan belum terjual mereka akan membuang produk tersebut dan diganti dengan yang baru, bahan baku yang mereka pakai yang didapat oleh supplier sudah terverifikasi yaitu *Havi Locks Indonesia*, yang dimana bahan daging mereka berada selalu disuhu -18 derajat celcius.

Konsumen *McDonald's* menjatuhkan pilihan ke *McDonald's* sebagai salah satu restoran cepat saji yang sangat disukai, setiap orang saat memutuskan untuk membeli suatu produk atau barang yang akan dibeli akan melihat dan mempertimbangkan kualitas produk dan layanan yang diberikan. *McDonald's* sendiri memberikan layanan secara 24 jam *nonstop* dan selalu memberikan service yang cukup cepat dalam melayani konsumennya. Seiring dengan perkembangan zaman *McDonald's* menyediakan berbagai layanan mulai dari layanan pesan-antar 24 jam *nonstop*, *drive-thru*, e *self-service* (layanan mandiri) hingga konsumen dapat lebih cepat dalam memesan dan memilih menu.

Namun hingga saat ini *McDonald's* dapat terus bersaing dengan restoran lain tentunya, bahkan hingga saat ini restoran ini masih berdiri di Citragarden 6 salah satunya dan membuka banyak cabang diberbagai daerah lainnya agar dapat menjangkau para konsumen lebih banyak lagi. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan restoran fast food, membuat *McDonald's* semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga *McDonald's* dalam menerapkan manajemen pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran dari produk yang dilakukan.

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, namun proses pengambilan keputusan pada setiap orang akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian (Kotler & Armstrong, 2021:152). Untuk melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan

Bagi *McDonald's* yang bergerak dibidang kuliner, kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi suatu hal yang penting. Pelayanan yang berkualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan pembelian konsumen. Pertimbangan pelayanan berkaitan dengan kualitas yang pantas sehingga dapat memuaskan keputusan pembelian konsumen berkunjung dan sesuai dengan kualitas lainnya, namun tidak menimbulkan kerugian terhadap perusahaan. Sejumlah penelitian telah dilakukan tentang pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Ardalia et al., (2023) menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana penelitian yang dilakukan oleh Grandhis, (2022) dan Manoy et al., (2021) memperoleh hasil yang sama. Namun penelitian Ramadani, (2020) memperoleh hasil yang berbeda yaitu kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Bisnis kuliner terutama restoran *fast food* juga harus memiliki kualitas produk yang baik dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis kuliner haruslah berkaitan dengan upaya mengembangkan produk yang tepat dimana produk yang ditawarkan harus memiliki kualitas yang baik dan diharapkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan (Firmansyah, 2019:11). Dengan kualitas produk yang baik suatu perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Menurut Kotler & Amstrong, (2021:230) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Sejumlah penelitian telah dilakukan tentang pengaruh



kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Arianto & Aroha, 2023) diperoleh kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal yang sama di peroleh dari penelitian yang dilakukan oleh Purba & Veranita, (2021) dan Ardalia et al., (2023). Namun hal berbeda diperoleh penelitian Nadiya & Wahyuningsih, (2020) yang menyatakan kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan kulitas produk terhadap keputusan pembelian diatas, hal tersebut tidak dapat digunakan untuk menjustifikasi hasil penelitian pada objek dan situasi yang berbeda karena terdapat *research gap* yang membedakannya. Masih terdapat celah yang relevan untuk dimasuki dalam penelitian ini. Perbedaan dari setiap penelitian merupakan *research gap* yang paling penting. Penting diingat bahwa setiap jenis usaha memiliki karakteristik yang berbeda. Maka hasil penelitian terdahulu belum tentu dapat digunakan untuk mengukur atau mencerminkan kondisi di McDonald's Citra Garden 6.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. *McDonald's* memiliki jumlah pelanggan yang lebih banyak dibandingkan kompetitor restoran *fast food* lain sehingga harus memperhatikan segi kualitas layanan dan produk untuk tetap mempertahankan pelanggan
2. Konsumen menganggap *McDonald's* merupakan salah satu restoran *fast food* yang sangat disukai dan konsumen memutuskan membeli produk *McDonald's* dengan melihat dan mempertimbangkan kualitas produk dan layanan yang diberikan.



3. *McDonald's* bersaing dengan restoran *fast food* lain, ketatnya persaingan bisnis restoran *fast food*, membuat *McDonald's* dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen.
4. Adanya *research gap* yang membedakan hasil penelitian sebelumnya dengan kondisi di *McDonald's Citra Garden 6* mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi masalah di atas, maka disusun Batasan masalah dalam penelitian. Batasan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *McDonald's Citra Garden 6*?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *McDonald's Citra Garden 6*?

D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian perlu diberikan agar tidak keluar dari konteks dan ruang penelitian, batasan yang ditetapkan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Subjek yang diteliti adalah pelanggan pada *McDonald's Citra Garden 6*?
2. Objek yang diteliti adalah *McDonald's Citra Garden 6*?
3. Lokasi penelitian dalam penelitian ini terdapat di *Citra Garden 6* di Jakarta Barat.



E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian di atas, maka rumusan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian *McDonald’s* Citra Garden 6?”

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

G. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi untuk *McDonald’s* dari segi kualitas produknya khususnya untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan mendapatkan lebih banyak pelanggan. Selain itu sebagai bahan pertimbangan dasar yang objektif dalam menghadapi persaingan dipasar.

2. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Pembaca

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.



Pada bagian ini penulis mengharapkan dapat menambah pengetahuan dan

C wawasan bagi pembaca mengenai kualitas layanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian McDonald's Citragarden 6 Jakarta Barat.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi refrensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya demi mengembangkan penelitian dimasa yang akan datang.

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.