

BAB I

PENDAHULUAN

A LATAR BELAKANG MASALAH

Pada masa sekarang ini dunia usaha masakan cepat saji atau *fast food* mulai banyak di Indonesia, selain menjadi alternatif dalam pilihan tempat makan, banyak restoran cepat saji atau *fast food* juga menjadi pilihan tempat berkumpul bersama keluarga, teman, maupun kerabat. Dengan adanya perkembangan yang pesat ini para pengusaha kuliner ditantang agar dapat menyesuaikan perkembangan zaman, dimana dalam kualitas layanan maupun produk harus dijaga maupun ditingkatkan agar konsumen tidak kecewa terhadap produk maupun layanan di setiap restoran serta diharapkan konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari pengusaha makanan cepat saji karena mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan. Berbagai cara dilakukan oleh pengusaha makanan cepat saji di Indonesia agar mampu bersaing dengan kompetitor, misalnya menciptakan promo membuat menu baru dan sebagainya.

Burger King adalah salah satu restoran cepat saji yang menyajikan menu burger sebagai andalan di Indonesia, mendirikan restoran pertamanya di Indonesia pada tahun 2007 membuat *Burger King* memiliki kesan tersendiri bagi penikmat burger. Seiring dengan berkembangnya jaman, jumlah kompetitor *Burger King* di Indonesia pun mengalami pertumbuhan salah satunya adalah *Carl's Jr.*

Didirikan pada tahun 1954 *Burger King* masuk kedalam rantai *fast food hamburger* kedua di dunia. Pada tahun 2007 *Burger King* Indonesia memulai jalur



pertumbuhan yang sangat agresif dengan ambisi untuk menggandakan ukuran bisnisnya melalui pertumbuhan restoran dan kampanye pemasaran yang menarik. Semakin banyaknya persaingan di industri kuliner memaksa untuk terus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan terhadap konsumen.

Pelanggan saat ini sering menggunakan harga sebagai faktor dalam memilih sebuah produk maupun jasa. Harga yang tinggi dianggap menunjukkan kualitas yang tinggi juga, oleh karena itu pelanggan berasumsi bahwa produk yang berharga lebih tinggi akan memberikan manfaat yang melebihi harapan mereka. Anggapan ini juga digunakan sebagai sebuah strategi bagi *Burger King* dengan menciptakan harga yang cukup relatif untuk menjangkau semua kalangan sehingga akan berpengaruh kepada tingkat loyalitas pelanggan.

Permasalahan lain yang dihadapi adalah mengingat perilaku konsumen berubah-ubah maka penyegaran kualitas layanan perlu disesuaikan. Manfaat kualitas layanan di sini sebagai acuan penilaian konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh *Burger King* sehingga konsumen dapat melakukan perbandingan kualitas jasa dengan perusahaan lain dalam bidang yang sama.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan, sedangkan kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.

Dan dengan semakin canggihnya teknologi di masa sekarang, *Burger King* meningkatkan pula teknologi mereka dengan membuat website. Untuk memudahkan pengunjungnya mendapatkan informasi, memberi kepuasan kepada konsumen serta

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.



meningkatkan profit perusahaan, *Burger King* membuat *website* resmi yaitu <http://www.burgerking.id>. Website tersebut berguna untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat mengenai menu, penawaran, informasi lokasi *store*, order secara online maupun yang bersangkutan mengenai *Burger King*. Dengan memiliki *website* yang dapat diakses oleh semua orang secara cepat dan mudah tanpa harus mengunjungi *store*. Oleh karena itu pemahaman perilaku konsumen khususnya loyalitas dalam hubungannya dengan kualitas jasa perlu identifikasi melalui kegiatan penelitian. Berkaitan dengan adanya beberapa pandangan tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Konsumen *Burger King* di Mall Of Indonesia, Jakarta Utara”**.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengidentifikasi adanya masalah-masalah, sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan?

C. BATASAN MASALAH

Berdasarkan uraian lebih fokus, penulis memberikan batasan masalah yang akan dijadikan inti bahan dari permasalahannya. Maka penulis membatasi masalah penelitian pada:



1. Apakah ada pengaruh antara harga terhadap loyalitas pelanggan *Burger King* di Mall Of Indonesia, Jakarta Utara?
2. Apakah ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan *Burger King* di Mall Of Indonesia, Jakarta Utara?

D. BATASAN PENELITIAN

Oleh karena adanya keterbatasan ruang, waktu serta biaya yang dimiliki oleh penulis, maka penulis memberikan batasan-batasan penulisan yang akan penulis kaji, yaitu;

1. Wilayah penelitian yaitu restoran *Burger King* Mall Of Indonesia, Jakarta Utara
2. Subjek yang diteliti adalah pelanggan yang mengkonsumsi produk *Burger King* di Mall Of Indonesia, Jakarta Utara.
3. Waktu yang digunakan untuk mengkaji yaitu dimulai November 2019.

E. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen restoran *Burger King* di Mall Of Indonesia, Jakarta Utara.

F. Tujuan Penelitian



Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan dari penulisan yang ingin penulis

capai dalam penulisan ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang dapat menghasilkan pengetahuan baru tentang:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen direstoran *Burger King* Mall Of Indonesia, Jakarta Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan atau sarana prasarana terhadap loyalitas konsumen direstoran *Burger King* Mall Of Indonesia.

C. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis:

- Menjadi sarana yang baik di dalam melatih diri dan mengaplikasikan pengetahuan untuk mengadakan penelitian sejenis dan penelitian-penelitian lain.
- Penelitian ini berguna bagi penulis untuk menambah wawasan pengetahuan sebagai bahan praktek untuk menerapkan teori pengukuran kepuasan konsumen.

2. Bagi Pembaca:

- Dengan adanya penelitian ini, pembaca dapat mengetahui lebih dalam mengenai objek penelitian yang peneliti bahas.
- Sebagai referensi bagi pembaca selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis.

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.