

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini merupakan negara yang maju, apalagi dalam dunia perdagangan semakin terasa iklim kompetisi yang terjadi. Perubahan lingkungan yang semakin pesat mendukung kompetisi yang terjadi saat ini. Bisnis kuliner saat ini sedang marak-maraknya menawarkan berbagai macam makanan dengan berbagai inovasi yang mampu mengambil hati para konsumen dan sudah tidak diragukan lagi mampu bersaing di pasar, terutama masyarakat Indonesia yang mayoritas penggemar kuliner makanan. Salah satu makanan yang sering dicari adalah makanan cepat saji, karena menghemat waktu serta memiliki rasa yang enak dan gurih.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Setiadi (2010:2), kecenderungan penduduk kota-kota Indonesia adalah makanan cepat saji masih dinilai memiliki nilai sosial atau gengsi tersendiri. Sehingga mampu mengangkat status sosial dirinya dan membawa kesan bagi sebagian orang bahwa citra restoran cepat saji mewah atau bergengsi.

Mempertahankan semua pelanggan yang ada pada umumnya akan lebih menguntungkan dibanding dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada (Kotler, 2009:139).

Salah satu cara untuk meraih keunggulan kompetitif dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan citra merek (*brand image*) yang positif dan baik di mata konsumen. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen terhadap perusahaan, konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler (2004:10) kepuasan pelanggan adalah tindakan dimana anggapan kerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan.

Sedangkan citra merek adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen sebagai cerminan asosiasi yang tertahan di ingatan konsumen. Baik buruknya kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan citra merek tergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Loyalitas atau kesetiaan pelanggan didasarkan pada kepuasan pelanggan dan perilakunya. Konsumen yang loyal akan membawa konsumen lain untuk menggunakan produk yang sama (Kotler, 2009:142). Loyalitas sebagai akibat dari rasa puas pelanggan, ditunjukkan dengan kesediaan pelanggan melakukan pembelian secara berulang, merekomendasikan perusahaan ke pihak lain, dan komitmen yang tinggi pelanggan pada perusahaan semakin puas, (Purnomo dan Levina, 2011).

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Surakarta merupakan kota yang sudah tumbuh dan berkembang. Kota surakarta merupakan salah satu kota yang memiliki perkembangan bisnis makanan yang sangat pesat. Berbagai sudut kota dapat terlihat banyak makanan yang ditawarkan dan bermunculan mulai dari restoran cepat saji hingga warung makan. Salah satu yang menjadi daya tarik peneliti adalah restoran cepat saji KFC. Kentucky Fried Chicken atau yang saat ini lebih dikenal dengan nama KFC merupakan salah satu restoran *fast food* yang memiliki banyak cabang di berbagai penjuru dunia bahkan di Indonesia terkhususnya di Surakarta.

Dahulu orang membuat dan menyiapkan makanan untuk makan sehari-hari dan acara-acara tertentu. Karena kesibukan dan dianggap tidak efisien lagi, sekarang orang banyak mengandalkan jasa *fast food* untuk memenuhi kebutuhan. Ketersediaan makanan cepat saji semakin dibutuhkan terutama dikawasan Mall dan perkantoran. Makin maraknya bisnis restoran kategori *fast food* yang menyediakan menu utama ayam goreng, khususnya yang dikembangkan melalui sistem waralaba memicu kondisi persaingan yang semakin ketat. Pertumbuhan ini menyebabkan bisnis *fast food* semakin kompetitif dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

Alasan penulis memilih KFC Solo Square sebagai objek penelitian karena KFC merupakan restoran *fast food* yang sudah cukup lama berdiri di kota Surakarta dan sudah dikenal cukup luas oleh masyarakat. Selain itu letak KFC yang strategis berada di pusat perbelanjaan Solo Square Mall,

memungkinkan pengunjung untuk singgah ke KFC setelah berkeliling belanja di Solo Square Mall.

Dari latar belakang oleh kondisi tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk menguji beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Beberapa faktor yang akan diuji dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan, maka dari itu dalam rangka penyusunan skripsi ini penulis memilih judul: “ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI KFC SOLO SQUARE”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka banyak hal yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan KFC Solo Square?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan KFC Solo Square?
3. Apakah citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan KFC Solo Square?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai diantaranya:

1. Untuk menganalisis pengaruh pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan KFC Solo Square.
2. Untuk menganalisis pengaruh pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KFC Solo Square.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan KFC Solo Square.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan, sebagai masukan dan evaluasi bagi KFC di Solo Square Surakarta, untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan yang berguna bagi tujuan jangka panjang perusahaan. Serta, sebagai informasi yang dapat dijadikan dasar strategi untuk mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menambah pengetahuan teoritis dan menambah wawasan tentang kualitas layanan, kepuasan pelanggan, citra merek dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi pihak lain, sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan perbandingan bagi penelitian lain yang melakukan penelitian berkaitan dengan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, citra merek dan loyalitas pelanggan.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan merupakan suatu pola dalam menyusun karya ilmiah untuk memperoleh gambaran secara garis besar bab demi bab. Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini disusun dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang menjadi dasar analisis penelitian yang meliputi teori kualitas layanan, kepuasan pelanggan, citra merek, dan loyalitas pelanggan. Selain itu bab ini berisi tentang bahasan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mencakup sejarah singkat, karakteristik responden, analisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**