

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Abad ke 20 menjadi awal mula munculnya restoran cepat saji. Restoran cepat saji ini pertama kali berdiri di Amerika pada tahun 1912 dan merupakan jenis automat atau restoran yang menggunakan mesin penjual untuk melayani pelanggannya dan dioperasikan dengan koin. Seiring berjalannya waktu, *fast food* pun semakin modern dan berkembang. Saat ini perkembangan dunia bisnis kuliner telah mengalami banyak kemajuan yang cukup pesat sehingga mendorong persaingan antar perusahaan semakin meningkat, terutama dibidang makanan cepat saji (*fast food*). Tentu saja hal ini memicu perusahaan untuk menjadi yang terbaik diantara yang lain. Perusahaan harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus meningkat tiap tahun nya. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tiza & Susanti, 2018). Menurut Kotler dan Keller (Gaol & Hidayat, 2013), disebutkan bahwa perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan sebuah proporsi nilai yang merupakan serangkaian keuntungan dimana perusahaan akan menawarkannya kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Semakin banyaknya pesaing dari suatu produk, maka semakin banyak pula alternatif pilihan bagi konsumen untuk dapat menentukan produk mana yang akan dibeli. Kali ini

penulis mengambil sampel dari dua brand *fast food* terkenal di Solo yaitu Mc Donald's dan KFC. Penulis melakukan analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dari dua *brand* ini karena sebagian besar menu hampir sama. Contohnya burger, kentang goreng dan ayam gorengnya. Penulis tertarik meneliti perbandingan dua *brand* ini karena ada ciri khas tersendiri dari tiap *brand*, dari segi rasa dan kualitas.

Kepuasan produk (*Product Satisfaction*) sangat berpengaruh besar dalam pasar dan dunia bisnis. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal tersebut. Dan pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan adalah pemasar, konsumen, konsumenris dan peneliti perilaku konsumen. Setiap perusahaan dituntut untuk mampu memuaskan aspek psikologis pelanggan dengan menilai keinginan-keinginan, kebutuhan serta harapan pelanggan terhadap pasar. Kepuasan merupakan keadaan psikologis emosional seseorang yang menunjukkan sikap atau perilaku atas pelayanan yang disampaikan sesuai dengan harapan dan membuat pengalaman setelah mengkonsumsi suatu produk maupun jasa. Menurut pernyataan Tjiptono (Puspita, 2012) terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara pelanggan dengan perusahaan menjadi harmonis serta mampu memberikan awal yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan dan memberikan rekomendasi dari mulut kemulut (*word of mouth*) yang mampu menguntungkan bagi perusahaan. Bisnis kuliner *fast food* saat ini berlomba-

lomba menciptakan suatu produk yang nantinya akan menarik minat konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan bisa mendapat citra yang baik maupun buruk dari ulasan pelanggan. Apakah mereka puas dengan produknya atau tidak. Perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh konsumen yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan konsumennya. Menurut Oliver (Baruwadi & Murtisari, 2016) sistem-sistem tersebut meliputi:

1. Pengukuran kinerja

Berguna untuk mengetahui apakah sistem kerja yang sedang beroperasi itu baik atau buruk.

2. Memahami suatu masalah dalam proses

Masalah menimbulkan kesulitan untuk memahami mengapa sistem yang sedang beroperasi tidak berjalan dengan baik, sehingga kinerjanya tidak sesuai dengan yang diharapkan. Maka diperlukan pemahaman akan suatu masalah agar bisa menyelesaikannya.

3. Menciptakan, menguji dan mengembangkan ide-ide yang kreatif

Ide-ide untuk meningkatkan proses harus ditujukan langsung pada sumber masalah. Agar ide-ide yang dipilih untuk meningkatkan proses menjadi efektif, ide-ide tersebut harus diuji terlebih dahulu sebelum diimplementasikan.

4. Implementasi solusi dan evaluasi

Mengimplementasikan solusi dan mengevaluasi efektifitas dari proses yang diperbaiki.

Kualitas produk (*Product Quality*) adalah cara menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk. Perusahaan selalu memilah produk yang berkualitas baik dan yang berkualitas buruk dengan menggunakan sistem *quality check*. Kualitas dapat dikategorikan sebagai suatu senjata yang strategis untuk berkompetisi dengan para pesaing. Karena peran kualitas produk sangat menentukan keinginan konsumen tersebut sehingga dengan kualitas produk akan tercapai suatu kepuasan tersendiri bagi konsumen (Gaol & Hidayat, 2013). Tingkat kekritisian konsumen terhadap produk yang digunakan dari waktu ke waktu semakin meningkat khususnya pada era pasar global yang menjadikan kualitas produk merupakan hal utama yang diperhatikan konsumen dalam menentukan pilihan produk yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Produk yang layak dijual akan didistribusikan secara langsung, sementara yang tidak layak akan didaur ulang. Faktor utama kualitas produk adalah kepuasan pelanggan itu sendiri. Ada tiga hal mendasar yang mempengaruhi tingkat kesuksesan suatu produk yaitu harga, ketersediaan dan kualitas.

Produk yang akan diteliti oleh peneliti kali ini adalah produk makanan dan minuman cepat saji (*fast food and beverages*) dari dua restoran cepat saji yang terkenal di Solo yaitu KFC dan McD. Penulis mengambil sampel dari *brand* tersebut karena banyak masyarakat yang suka dengan dua

brand tersebut. Apalagi soal rasa dan harga dari produk tersebut. Perusahaan harus mempertimbangkan rasa, harga dan kelayakan jual untuk produk tersebut. Jika produk *fast food* tersebut sangat enak dan nikmat maka konsumen akan merasa puas dengan produk tersebut. Begitu pula sebaliknya, jika produk tersebut tidak enak dan tidak bisa dinikmati maka konsumen tidak merasa puas. Semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan konsumen. Kualitas bahan-bahan yang dipakai sangat mempengaruhi kualitas produk. Maka dalam hal ini perusahaan akan mencari bahan-bahan terbaik untuk diolah menjadi makanan dan minuman dengan kualitas terbaik di gerai *fast food*.

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) merupakan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengimbangi harapan konsumen. Jika kualitas pelayanan yang diterima konsumen sangat memuaskan maka pelayanan tersebut dinilai sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima konsumen sangat buruk maka pelayanan tersebut akan dinilai sangat buruk dan sangat tidak direkomendasikan. Ini mengapa kualitas pelayanan sangat penting dalam berbisnis, jika pelayanan bagus maka konsumen akan mengulang pemesanan (*repeat order*) dan akan menjadi loyal terhadap produk atau jasa tersebut. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. *Survive* tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Dalam

industri makanan cepat saji atau yang biasa dikenal dengan *fast food*, beberapa penulis mempelajari dampak kualitas layanan yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan. Faktor-faktor seperti rasa makanan, kebersihan gerai, pelayanan yang cepat, jam operasional gerai dan keramahan karyawan sangat berperan besar. Dan selain itu, dua nilai yang menjadi inti penting adalah harga dan nilai gizi. Cara ini telah digunakan secara luas dalam menjelaskan persepsi konsumen tentang kualitas layanan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk di Brand Berbeda Terhadap Kepuasan Pelanggan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan?
2. Apakah kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk?
3. Apakah kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, bagian ini diungkapkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan?
2. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk?
3. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan serta kualitas produk.

2. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dari ilmu yang didapat selama ini berada dibangku kuliah terhadap realita yang terjadi di dalam perusahaan yang nantinya dapat berguna untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk..

3. Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan, bahan acuan, dan informasi untuk mengembangkan penelitian yang serupa.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi berguna untuk mempermudah pembaca dalam memahami alur penulisan skripsi ini, secara umum penulisan skripsi terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan akan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi berupa uraian singkat.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka berisi landasan teori mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan, *fast food* (makanan cepat saji), penelitian terdahulu, hipotesis, serta kerangka pikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi penelitian akan membahas desain dari penelitian yang terdiri dari populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian akan membahas mengenai analisis yang digunakan penulis terhadap hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditentukan di bab tiga. Pengujian hasil

penelitian antara lain memuat Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk di Brand Berbeda terhadap Kepuasan Pelanggan.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian dan saran – saran yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti.