

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang semakin modern saat ini, banyak cara yang dilakukan oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Gaya hidup yang modern menyebabkan berkembangnya kebutuhan konsumen mendasar, seperti makan dan minum. Hal ini membuat banyak perhatian besar perusahaan dalam mengembangkan variasi produk sesuai keinginan konsumen. Salah satu sektor yang sedang berkembang adalah usaha makanan cepat saji (*fast food*). Padatnya tingkat aktivitas manusia menyebabkan konsumen memilih makanan cepat saji. Makanan cepat saji merupakan makanan dan minuman yang dikonsumsi secara langsung, praktis dan disajikan dengan waktu yang cepat.

Restoran-restoran cepat saji terus berusaha memenuhi kebutuhan konsumen. Semakin berkembangnya restoran makanan pada dasarnya semakin banyak pesaing restoran makanan cepat saji di Indonesia. Restoran makanan yang sudah lama berdiri maupun restoran baru, mereka harus mampu bersaing secara kompetitif agar tetap dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan sendiri didapatkan ketika konsumen memperoleh apa yang diinginkan. Pemilik usaha dituntut untuk memiliki kualitas produk yang baik, harga yang bersaing, dan fasilitas yang unggul, sehingga tercapainya kepuasan pelanggan.

Menurut Handayani (2016) Mayoritas masyarakat Indonesia ternyata lebih menyukai berkunjung ke outlet-outlet cepat saji dibandingkan jenis restoran lainnya saat mereka ingin makan di luar rumah. Menurut survei terbaru dari *MasterCard* bertajuk *Consumer Purchasing Priorities*, sebanyak 80 persen orang Indonesia lebih memilih untuk bersantap di outlet cepat saji, diikuti oleh pusat jajanan/*food court* yang menempati urutan kedua dengan 61 persen, dan restoran/kafe kelas menengah sebanyak 22 persen. Sementara itu, hanya sekitar 1 persen konsumen di Indonesia yang memilih mengunjungi restoran untuk jamuan makan resmi (*fine dining*). Hal seperti ini menjadikan tantangan yang dihadapi oleh pengusaha restoran cepat saji di Indonesia. Berikut nama-nama restoran *fast food* yang terdaftar dalam *Top Brand Index*, yaitu sebagai berikut:

Tabel I.1 *Top Brand Image Restoran Fast Food 2018 & 2019*

No.	Nama Restoran	Total Brand Index	
		2018	2019
1.	Kentucky Fried Chicken (KFC)	42,7%	26,2%
2.	McDonald	24,3%	22,4%
3.	A&W	6,3%	5,4%
4.	Hoka-Hoka Bento	5,8%	5,4%
5.	Richeese Factory	2,7%	4,3%

Sumber: *Top Brand Award* (2018 dan 2019)

Dari data di atas dapat dilihat bahwa nama-nama restoran makanan cepat saji yang terdaftar dalam *Top Brand Index*. Peringkat pertama ditempati oleh Kentucky Fried Chicken (KFC), peringkat kedua dimiliki

oleh McDonald dan disusul oleh A&W, Hoka-Hoka Bento dan Richeese Factory. Data tersebut menunjukkan bahwa McDonald menjadi restoran cepat saji yang mengalami penurunan *Brand Index* di tahun 2019 dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini memperlihatkan bahwa terjadinya penurunan kepuasan pelanggan McDonald di tahun 2019.

McDonald dikenal dengan beragam variasi menu yang ditawarkan konsumen, sehingga menarik minat banyak konsumen untuk datang berkunjung membeli produk McDonald. Variasi makanan yang beragam dari menu sarapan, makanan padat, makanan penutup hingga cemilan ditawarkan McDonalds. Selain karena variasi makanan yang ditawarkan McDonalds juga memberikan pelayanan yang baik bagi para konsumen.

Pesaing yang serupa dengan McDonalds contohnya Kentucy Fried Chicken (KFC) menawarkan produk, harga dan pelayanan yang lebih baik. Meningkatkan kepuasan pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan oleh McDondlads. Kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai salah satu hal yang penting untuk diperoleh oleh perusahaan. Konsumen yang merasa puas dengan apa yang didapatkan sebuah restoran, mereka akan menyampaikan kesan baik kepada orang lain. McDonalds seharusnya menaruh perhatian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

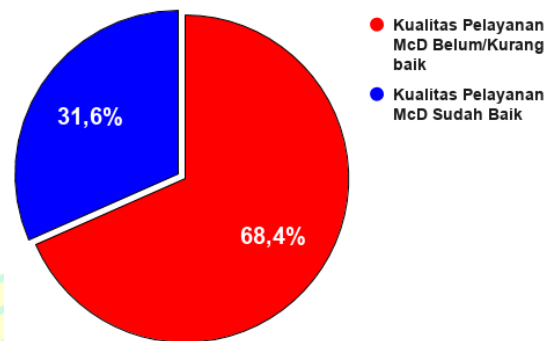
Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas pelayanan. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Firdiyansyah (2017) tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Gubrak Kepri Mall

Kota Batam yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Salah satu yang tidak dapat dipungkiri, yaitu ketika konsumen melihat bagaimana pelayanan yang diberikan oleh wiraniaga kepada konsumen, saat itu juga terciptanya kesan baik atau tidaknya kualitas pelayanan dari restoran tersebut.

Dilansir dari [McDonalds.co.id](https://www.mcdonalds.co.id) Penerapan praktik manajemen yang baik oleh McDonalds dalam mencapai visinya, yaitu menjadi restoran cepat saji dengan pelayanan terbaik di dunia. Untuk mencapai visi ini, McDonald's selalu menjamin mutu produk-produknya, memberikan pelayanan yang memuaskan, menawarkan kebersihan dan keamanan produk pangan, serta nilai-nilai tambah lainnya. Namun pada kenyataannya, restoran makanan cepat saji McDonalds ini masih mendapatkan beberapa keluhan dari konsumennya.

Berdasarkan pada survei awal yang dilakukan oleh peneliti melalui *Google Formulir* pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa rendahnya kepuasan pelanggan McDonalds dikarenakan kualitas pelayanan rendah, seperti pelayanan yang memakan waktu tidak sedikit. Hal ini menyebabkan berkurangnya kepuasan pelanggan terhadap McDonalds.

Hal ini didukung dengan hasil survei awal oleh peneliti kepada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang bisa dilihat dari Gambar I.1



Gambar I.1 Hasil Survei Awal Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Berdasarkan data tersebut sebesar 31,6% responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan McDonalds sudah baik. Sedangkan 68,4% menyatakan bahwa kualitas pelayanan McDonalds belum atau kurang baik.

Contoh lainnya, yaitu seperti dilansir dari artikel *online* oleh Arif (2019) bahwa seorang konsumen McDonalds bernama M.Reza Arif tidak puas akan pelayanan pramuniaga kasir McDonalds di Ciputat yang mengacuhkan pelanggan seandainya dan mengarahkan konsumen untuk ke kasir tengah. M. Reza Arif memberi saran untuk meletakkan tanda kasir tutup agar tidak ada yang mengantri pada barisan kasir tersebut lagi tetapi, M. Reza Arif mendapat bentakan keras oleh pramuniaga kasir McDonalds dan tidak terima mendapatkan saran. Oleh karena itu kualitas pelayanan yang kurang baik dapat berujung pada kepuasan pelanggan yang rendah.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu harga. Pernyataan tersebut didukung penelitian yang didukung oleh Utami dan Sunarso (2017) dengan judul Pengaruh Atmosphere, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Café & Resto. Tidak dapat

dipungkiri bukan hanya konsumen menengah ke bawah yang dapat menilai mahal atau murah harga produk. Persaingan harga memang menjadi daya saing dalam mengikat minat konsumen. Apabila konsumen ingin membeli suatu produk harga yang ditawarkan produsen terbilang mahal, maka memungkinkan rendahnya minat pembelian pada produk yang ditawarkan tersebut. McDonalds memiliki pesaing yang menyediakan variasi yang sama, yaitu ayam goreng. Oleh karena itu, konsumen akan sangat sensitif mengenai harga karena konsumen akan membandingkan dengan harga produk yang sama dari restoran makanan cepat saji yang lain. Berikut adalah perbandingan harga sebagian menu yang sejenis antara McDonalds dan KFC :

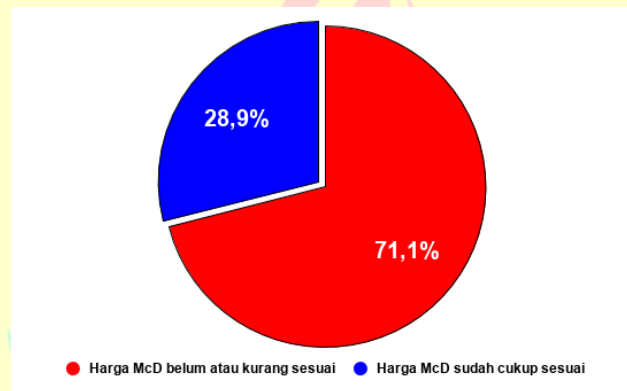
**Tabel II.2 Daftar Harga McDonalds dan KFC**

<b>McDonalds</b>		<b>KFC</b>	
<i>Beef burger</i>	Rp. 11.364	<i>Burger deluxe</i>	Rp. 9.999
PaNas 1	Rp. 25.909	Super Besar 1	Rp. 24.091
PaNas 2 <i>with rice</i>	Rp. 35.909	Super Besar 2	Rp. 35.000
<i>French Fries large</i>	Rp. 15.909	<i>French Fries large</i>	Rp. 17.273
Air mineral	Rp. 7.727	Air mineral	Rp. 5.909

Sumber: [hargamenu.net](http://hargamenu.net)

Persaingan harga produk jenis yang sama antara McDonalds dan KFC cukup kompetitif. McDonalds cenderung memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh KFC. Hal ini dapat menjadi suatu kelemahan bagi McDOnlads dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pada survei awal yang dilakukan oleh peneliti melalui *Google Formulir* pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa rendahnya kepuasan pelanggan McDonalds dikarenakan harganya yang lebih mahal dibandingkan harga yang ditawarkan oleh restoran pesaing. Hal ini sejalan dengan data yang sudah peneliti ringkas dan mudah dipahami. Berikut data tersebut :



Gambar I.2 Hasil Survei Awal Harga

Terlihat dari gambar di atas disimpulkan bahwa sebesar 28,9% responden terhadap Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta menyatakan harga menu McDonalds sudah cukup sesuai dengan yang disajikan. Sedangkan, sebesar 71,1% responden menyatakan harga menu McDonalds belum atau kurang sesuai dengan yang disajikan.

Dalam beberapa penelitian menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain harga, dan kualitas pelayanan. Pernyataan tersebut relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan Abdul Gofur (2019) diperoleh kesimpulan bahwa harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dari permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai masalah rendahnya kepuasan pelanggan yang terjadi di McDonalds pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Maka penelitian ini diberi Judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta”.

### **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Harga (*price*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan McDonalds pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan McDonalds pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data empiris dan fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) mengenai:

1. Hubungan antara harga dengan kepuasan pelanggan.
2. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.



### E. Kebaruan Penelitian

Banyak penelitian yang mengkaji tentang kepuasan pelanggan dalam bidang restoran makanan cepat saji (*fast food*). Pada setiap penelitian memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Firdiyansyah (2017) dengan judul “Pengaruh Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam Kepri Mall Kota Batam Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan“. Penelitian ini dilakukan di Kota Batam dengan subjek penelitian yaitu pelanggan Warung Gubrak Kepri Mall Batam. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling Method* dan metode yang digunakan adalah Regresi liner berganda.

Penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Sunarso (2017) dengan judul “Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe & Resto“. Penelitian ini dilakukan di Kota Sragen dengan subjek penelitian yaitu Pelanggan Rumah Kopi Sragen Cafe & Resto. Selanjutnya, penelitian dilakukan menggunakan teknik *accidental sampling* dan menggunakan metode regresi liner berganda.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Cristo, Saerang, dan Worang (2017) berjudul “*The Influence Of Price, Service Quality, And Physical Environment On Customer Satisfaction. Case Study Markobar Cafe Mando*” yang meneliti pelanggan Markobar Café Manado. Teknik Sampling yang digunakan yaitu, *Purposive Sampling* dengan

menggunakan metode regresi berganda.

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang telah peneliti sebutkan di atas, penelitian dengan judul “Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan Dan Harga Dengan Kepuasan Konsumen McDonalds Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta” penelitian ini lebih memfokuskan pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dengan menggunakan teknik sampling *Purposive Sampling* dengan menggunakan teknik analisis data regresi berganda. Demikian dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tergolong masih baru dan belum banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu.

