

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dunia bisnis merupakan bidang yang banyak diminati oleh masyarakat karena bidang tersebut dinilai menjanjikan. Oleh karena itu muncul banyak persaingan dalam dunia bisnis yang membuat perusahaan harus mengikuti alur bisnis yang semakin berkembang sesuai dengan kemajuan teknologi. Dengan diberlakukannya pasar bebas ASEAN perusahaan dituntut untuk bersaing secara kompetitif dalam persaingan dunia usaha. Perusahaan harus mengembangkan ide – ide kreatif serta strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan sehingga mudah dikenal oleh masyarakat luas.

Bisnis yang dapat memenangkan persaingan akan tetap bertahan dan berkembang untuk memenuhi kebutuh konsumennya. Perihal memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk sanggup menerapkan strategi yang tepat dalam memasarkan barang dan jasa serta memanfaatkan peluang yang ada supaya bisa mempertahankan dan mengembangkan perusahaannya.

Di era modernisasi ini mengakibatkan banyak perubahan dan perkembangan akan teknologi yang lebih modern serta membawa pengaruh atau kebiasaan, baik dalam gaya hidup maupun pola konsumsi. Perubahan gaya hidup dan pola hidup masyarakat dalam kehidupan sehari hari menyebabkan pola hidup masyarakat lebih menyukai akan segala sesuatu

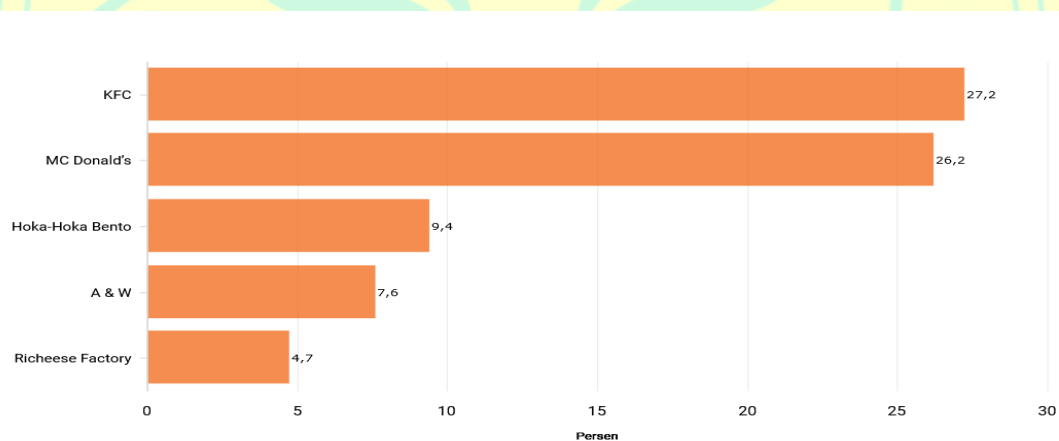
yang praktis. Pola konsumsi masyarakat yang berubah ini mengakibatkan banyak perusahaan-perusahaan yang muncul dalam industri kuliner.

Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk berkembang. Kreatif (2019) menyatakan bahwa subsektor kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat besar untuk berkembang setiap tahun. Oleh karena itu pemerintah sangat mendukung penuh subsektor kuliner ini agar lebih maju kedepannya. Untuk mendukung sektor kuliner ini Asosiasi Perusahaan Jasa Boga Indonesia [APJI] ikut serta berperan dalam mencapai pertumbuhan industri makanan dan minuman ini. Sektor makanan dan minuman mampu memberikan kontribusi tertinggi pada tahun 2018 sebesar 12,7%. Sehingga APJI perlu bersinergi dengan banyak pihak terkait seperti di sektor pertanian, perdagangan dan yang lainnya Trihendrawan (2019).

Dari data tersebut terlihat jelas bahwa industri kuliner sangat berkembang pesat, dengan demikian muncul peluang bagi para perusahaan membuka usaha bisnis kuliner dengan mengikuti gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat. Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari makin mempengaruhi minat masyarakat untuk mengonsumsi makanan cepat saji. Tingkat kesibukan dan kegiatan yang dilakukan sehari-hari menyebabkan pergeseran gaya hidup masyarakat yang semakin modern dengan memilih sesuatu yang serba instan dan mengikuti trend. Makanan cepat saji dipilih karena beberapa hal antara lain waktu

pemesanan yang singkat, pelayanan yang baik, rasa dan kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan makanan cepat saji. Dengan adanya pergeseran gaya hidup ini muncul peluang bagi perusahaan untuk menawarkan produk makanan cepat saji di berbagai daerah.

Salah satu perusahaan makanan cepat saji yang sangat berkembang di Indonesia adalah *McDonald's*. Restoran *McDonald's* pertama kali masuk ke Indonesia pada 23 Februari 1991 yang terletak di Sarinah, Jakarta contributors (2021). Seiring berjalannya waktu *McDonald's* telah memiliki 200 gerai di berbagai wilayah Indonesia dan memiliki ribuan karyawan Dinisari (2019). Berkembangnya restoran cepat saji *McDonald's* membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat baik sehingga *McDonald's* menjadi pilihan bagi masyarakat.



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/restoran-cepat-saji-paling-populer-di-indonesia-pada-2022-siapa-teratas>

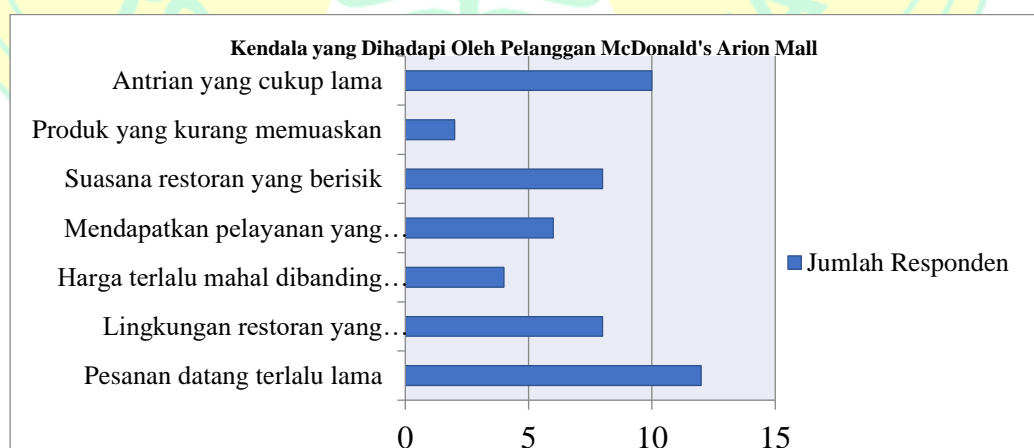
**Gambar 1. 1 Restoran Cepat saji Paling Populer di Indonesia Tahun 2022**

Dari berbagai macam restoran cepat saji yang ada di Indonesia. Gambar 1.1 menunjukkan *McDonald's* restoran yang menjadi salah satu pilihan utama masyarakat dan telah menjadi *Top Brand* hingga 2022 di Indonesia. Minat

masyarakat yang tinggi akan produk *McDonald'* ini membuat perusahaan harus memperhatikan faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Salah satu permasalahan yang dirasakan oleh pelanggan yang berkunjung ke *McDonald's* mengenai buruknya pelayanan. Seperti berita yang dilansir oleh Prabawati (2020) terdapat seorang pelanggan yang dirugikan dan mengunggah video saat dirinya bersama temannya meminta keterangan kepada oknum pegawai *McDonalds* yang menaikan harga dan tidak memberikan struk pembelian, akan tetapi pegawai tersebut tidak meminta maaf saat pelanggan mengetahui tindak kecurangan yang dilakukan oleh pegawai. Permasalahan kedua yang terjadi yaitu buruknya pelayanan McDelivery dan 14045 yang dikeluhkan pelanggan. Dilansir dari William (2018) seorang pelanggan memesan layanan delivery pukul 18.30 dan sudah dibayar lunas, akan tetapi setelah menunggu lama pesanan pun tidak kunjung datang. Karena sudah menunggu lama konsumen pun menghubungi layanan 14045 untuk melaporkan kejadian yang dialaminya.

**Tabel 1. 1 Hasil Survei Awal Pelanggan McDonald's Arion Mall**



Data diatas merupakan hasil survei awal peneliti lakukan pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah membeli di McDonalds Arion Mall.

Data tersebut didapat dari hasil survey terhadap 40 responden melalui kuesioner yang dibuat menggunakan *google form*. Hasil dari survei yang dilakukan terdapat 10 responden mengalami antrian yang cukup lama, sebanyak 2 responden mengalami kendala bahwa produk yang dibeli kurang memuaskan, sebanyak 8 responden mengalami kendala suasana restoran yang berisik, sebanyak 6 responden mendapat pelayanan yang buruk, sebanyak 4 responden menganggap harga terlalu mahal dibandingkan kompetitor, sebanyak 8 responden mengalami kendala lingkungan restoran yang tidak nyaman, dan sebanyak 12 responden mengalami kendala ketika pesanan yang datang terlalu lama.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang terjadi serta hasil survei yang telah dilakukan terlihat pelanggan memiliki kendala seperti kualitas pelayanan yang diberikan, suasana restoran serta nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Oleh sebab itu pelanggan akan merasakan puas atau tidaknya dengan kondisi yang dialaminya jika mengunjungi *McDonalds Arion Mall*.

Dari pernyataan tersebut maka terdapat hasil penelitian dalam jurnal yang ditulis oleh Jalil et al. (2016) yang berjudul *The impact of store Atmospherics, Perceived Value and Customer Satisfaction on Behavioural Intention*. Menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap nilai yang dirasakan, nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Makan dengan demikian, berdasarkan permasalahan dan hasil survei yang telah dilakukan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai masalah rendahnya kepuasan pelanggan yang terjadi di *McDonald's Arion Mall* pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Dengan menggunakan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nilai yang Dirasakan dan Kepuasan pelanggan McDonald's Arion Mall Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta”**.

### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka masalah yang diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) dengan Nilai yang Dirasakan (*Perceived Value*)?
2. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Nilai yang Dirasakan (*Perceived Value*) dengan Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)?
3. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) dengan Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hipotesis 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. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) dengan Nilai yang Dirasakan (*Perceived Value*).
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Nilai yang Dirasakan (*Perceived Value*) dengan kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) dengan Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*).

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian Pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap nilai yang dirasakan (*perceived value*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) sudah banyak diteliti oleh karena itu penelitian ini diharapkan berguna untuk :

##### **a. Peneliti**

Sebagai bahan untuk menambah wawasan serta pengetahuan peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga sebagai bahan pembelajaran di masa depan, yaitu ketika menjadi seorang wirausaha ataupun bekerja di suatu perusahaan.

##### **b. Universitas Negeri Jakarta**

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa depan, juga untuk menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai referensi untuk

penelitian berikutnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan.

c. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan yang lebih baik. Selain itu, dengan mengetahui hasil penelitian ini perusahaan diharapkan dapat mendorong terciptanya kepuasan pelanggan.

d. Pembaca

Sebagai sumber untuk menambah wawasan mengenai pentingnya pelayanan dan nilai yang dirasakan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

