

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

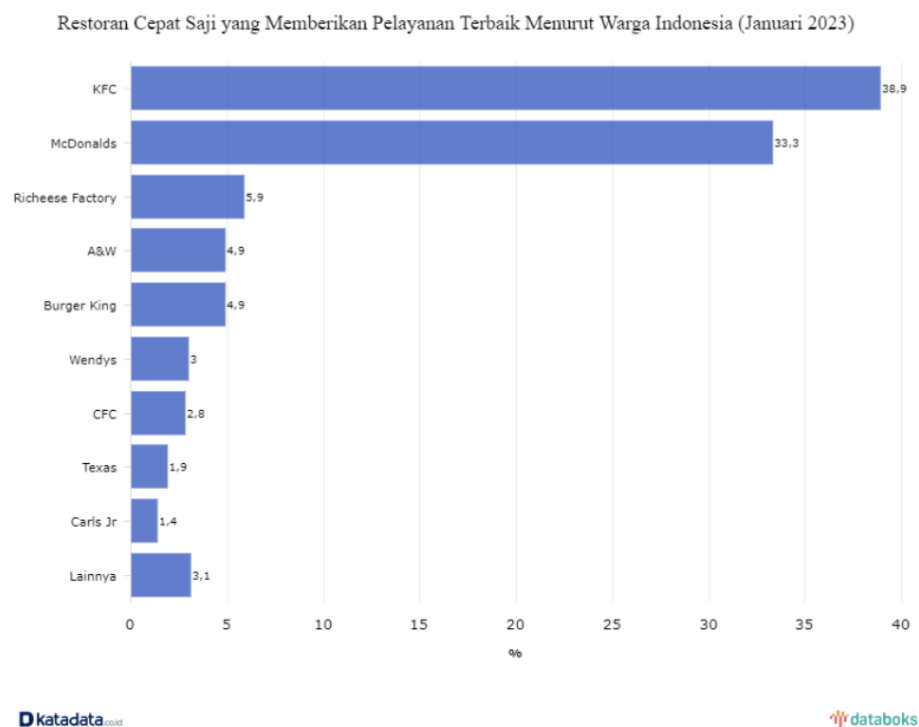
### **A. Latar Belakang Penelitian**

Nilai pelanggan tentang barang dan jasa tertentu sangat penting untuk loyalitas merek, di industri layanan seperti restoran cepat saji tujuan akhir adalah membuat pelanggan tetap setia melalui penyediaan layanan dan makanan berbasis nilai (Baker & Wakefield, 2012). Kualitas produk makanan dan pelayanan yang baik, harga yang menarik, dan lingkungan yang menyenangkan meningkatkan kepuasan pelanggan (Jani & Han, 2015), untuk menjadi pelanggan setia anda harus memastikan bahwa pelanggan anda puas. Manajer dan pemilik restoran percaya bahwa pelanggan setia lebih berharga daripada pelanggan potensial Uddin, (2019). Ketika tingkat kepuasan pelanggan meningkat, retensi pelanggan meningkat. Akibatnya, restoran dapat menikmati keuntungan yang lebih besar, promosi dari mulut ke mulut yang positif, transaksi reguler, keuntungan yang lebih tinggi, dan dapat berkurangnya aktivitas pemasaran dan promosi.

Ada banyak upaya yang dilakukan industri untuk mengurangi persaingan, salah satunya adalah meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, perusahaan harus dapat memprioritaskan hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan. Menurut Kotler & Keller, (2021) menggambarkan kepuasan sebagai perasaan yang berasal dari perbandingan antara harapan dan kesan mereka tentang suatu produk. Secara keseluruhan, kepuasan

pelanggan dapat di definisikan sebagai hasil dari pengalaman pelanggan saat membeli dan mengonsumsi barang (Wisanggeni, Hartiati, & C, 2020).

Industri makanan telah berkembang pesat, salah satu industri tersebut utamanya agar manusia bisa hidup. Makanan cepat saji yang menawarkan pelayanan dan harga terbaik, mengalami pertumbuhan industri yang cepat, menurut data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2015) dalam (Eka Purna Yudha et al., 2022).



**Gambar 1.1 Data Restoran Cepat Saji**

Sumber: [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id)

Berdasarkan grafik data di atas dapat diketahui restoran cepat saji yang memberikan pelayanan terbaik menurut warga Indonesia pada Tahun 2023. McDonald's memiliki kedudukan ke dua setelah KFC, Hasil survei Kurious: Top Brand Survey: *fastfood* menunjukkan bahwa masyarakat

Indonesia menganggap Kentucky Fried Chicken (KFC) sebagai restoran cepat saji atau *fastfood* dengan pelayanan terbaik.

Bisnis restoran cepat saji atau sering disebut *fastfood* merupakan bisnis yang menggiurkan karena sifat bisnis yang kompleks karena menyediakan produk dan layanan pada saat yang sama kepada pelanggan. Karena loyalitas pelanggan sangat terkait dengan profitabilitas bisnis, pemilik restoran saat ini sangat memperhatikannya. Saat ini, tidak banyak penelitian yang dilakukan mengenai loyalitas pelanggan di pabrik jasa seperti restoran cepat saji di Indonesia. Fokus penelitian ini adalah untuk menentukan komponen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan serta mekanisme mediasi kepuasan pelanggan antara faktor kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam pendekatan manajemen hubungan pelanggan suatu perusahaan, kesetiaan pelanggan adalah masalah yang sangat penting.

Loyalitas pelanggan mendorong konsumen untuk membeli barang dan jasa berulang kali. Keunggulan kompetitif utama perusahaan terletak pada pencapaian loyalitas pelanggan. Bisnis jauh lebih sukses dengan mempertahankan pelanggan saat ini daripada menarik pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan lama. Jadi, dipasar yang lebih kompetitif dan berfokus pada fungsi industri, penyedia layanan lebih fokus pada mempertahankan pelanggan yang sudah ada daripada menarik pelanggan baru. Mengetahui bagaimana konsumen memilih restoran adalah penting bagi industri restoran. Pelanggan selalu mencari paket manfaat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Banyak restoran cepat saji menawarkan

paket produk yang mencakup makanan dan minuman ketika pelanggan mencari masalah seperti makanan, minuman, dan layanan mereka akan mempertimbangkan semua masalah ini sebelum memilih restoran. Oleh karena itu, mengenali apa yang membuat pelanggan puas adalah penting agar mereka terus makan di restoran tersebut. Ada kemungkinan bahwa temuan penelitian ini akan meningkatkan nilai bisnis yang berkaitan dengan masalah loyalitas di restoran cepat saji.

Salah satu restoran cepat saji terkenal di dunia, McDonald's berusaha untuk meningkatkan keuntungan dengan membuka cabang baru, mengeksport modal, dan mereorganisasi sistem produksinya di berbagai negara di seluruh dunia (Malik, 2007). McDonald's pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1991 dengan membuka restoran pertamanya di Sarinah, Thamrin Jakarta Pusat. McDonald's merupakan restoran *fastfood* atau *junk food* terbesar di dunia yang diawali pada tahun 1955 di California, Amerika Serikat dengan produk unggulan berupa burger bernama *BigMac*. McDonald's hingga saat ini telah memiliki ribuan restoran yang tersebar di lebih dari 100 negara, Salah satunya Indonesia. McDonald's juga dapat dianggap sebagai pelopor dalam manajemen pemasaran internasional karena telah menerapkan sistem tertentu yang disesuaikan dengan lokasi cabang utama McDonald's di seluruh dunia (Suhairi & Mahira, 2023).

McDonald's selalu memberikan layanan makanan yang sesuai dengan hari besar di Indonesia, salah satunya pada saat menjelang kemerdekaan Indonesia, McDonald's menghadirkan kembali menu dengan

cita rasa Indonesia yang sesuai. Bisnis restoran cepat saji atau sering disebut *fastfood* merupakan bisnis yang menggiurkan karena sifat bisnis yang kompleks karena menyediakan produk dan layanan pada saat yang sama kepada pelanggan. *Fastfood* sudah mulai bermunculan di negara-negara maju, negara berkembang bahkan sampai di negara-negara miskin di dunia, percepatan kemajuan bisnis *fastfood* ini yang membuat para pelaku usaha membuka gerainya di seluruh dunia.

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang cukup terkenal di Indonesia dengan sebutan kota pelajar, dengan berkembangnya berbagai macam sarana dan prasarana yang ada di Yogyakarta, mampu mengangkat perkembangan ekonomi di kota ini sehingga memberikan banyak peluang untuk memulai berbagai bisnis, sebagai contoh restoran makanan cepat saji seperti McDonald's, Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, dan lainnya. Persaingan antara restoran makanan cepat saji sangat ketat, terutama antara McDonald, KFC, dan CFC yang masing-masing memiliki konsumen sangat besar di Yogyakarta. Salah satu restoran makanan cepat saji di Yogyakarta, McDonald's mendapat sambutan yang baik dari orang-orang disana, hal ini terbukti dengan banyaknya pelanggan yang membeli produk serta memiliki pelanggan terbesarnya. Hal ini disebabkan oleh banyak keunggulan McDonald's dan lokasinya yang strategis di pusat kota dibandingkan dengan restoran lainnya. Salah satu keuntungan yang ditawarkan adalah produk yang lebih bervariasi dengan harga yang lebih terjangkau, promosi

dan desain interior restoran yang lebih menarik dan pelayanan yang cepat dan ramah, dan pemesanan yang dapat diantar ke lokasi.

Penelitian ini merupakan replikasi murni dari penelitian Uddin, (2019). Terdapat perbedaan dari kedua penelitian ini, yaitu terletak pada subjek dan objek penelitian, subjek dalam penelitian Uddin, (2019) adalah customer *fastfood* di Bangladesh, dan dalam penelitian ini subjeknya adalah pelanggan *fastfood* McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta, dan objek dari penelitian ini adalah McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian ini akan membahas masalah loyalitas pelanggan pada bisnis restoran cepat saji dan akan membantu manajer dan peneliti memahami masalah yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan potensi efeknya terhadap loyalitas pelanggan, tanpa pemahaman yang jelas tentang faktor-faktor kepuasan dan peran mediasinya dalam loyalitas pelanggan, penelitian ini akan membantu manajer memahami masalah ini. Hal ini akan meningkatkan praktisi untuk tetap fokus pada tujuan akhir kesetiaan pelanggan pabrik jasa seperti restoran cepat saji. Fokus awal dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi komponen yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan terhadap bisnis restoran cepat saji di McDonald's Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan khusus adalah untuk mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri restoran, seperti kualitas makanan, persepsi harga, lokasi dan lingkungan, serta persepsi kualitas layanan dan fungsi mediasi kepuasan pelanggan antara

variabel yang mempengaruhi hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah Persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah Lokasi dan lingkungan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta?
4. Apakah Persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta?
5. Apakah Kualitas Makanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta?
6. Apakah Persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta?
7. Apakah Lokasi dan lingkungan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta?
8. Apakah Persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta?
9. Apakah Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta?

10. Apakah Kualitas makanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan?
11. Apakah Persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan?
12. Apakah Lokasi dan lingkungan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan?
13. Apakah Persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Menganalisis pengaruh Persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta
3. Menganalisis pengaruh lokasi dan lingkungan terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta
4. Menganalisis pengaruh Persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta
5. Menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta
6. Menganalisis pengaruh Persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta



7. Menganalisis pengaruh lokasi dan lingkungan terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta
8. Menganalisis pengaruh Persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta
9. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta
10. Menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan
11. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan
12. Menganalisis pengaruh lokasi dan lingkungan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan
13. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan

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

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki berbagai manfaat untuk perusahaan dan berbagai kalangan meliputi:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Harapan dari penelitian ini dapat memperkaya ilmu dan memperbanyak manfaat tentang pengaruh kualitas makanan, persepsi harga, lokasi dan lingkungan, serta persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan, mengingat topik dari penelitian ini masih dapat berkembang dan dapat berpengaruh

terhadap strategi pemasaran produk. Selain itu manfaat dari penelitian ini adalah untuk memperkaya khasanah penelitian.

## **2. Manfaat Praktik**

- a. Bagi McDonald's di Daerah Istimewa Yogyakarta, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk pengambilan keputusan dalam kebijakan pemasaran perusahaan.
- b. Bagi perusahaan lain dan masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan pentingnya kepuasan pelanggan terhadap loyalitas dalam membangun kepercayaan pelanggan untuk meningkatkan penjualan

