

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Budaya makan masyarakat Indonesia yang tinggal di daerah perkotaan sudah mengalami pergeseran. Gaya hidup masyarakat modern yang serba praktis dan meningkatnya permintaan masyarakat akan jasa kuliner memicu tumbuhnya industri restoran cepat saji (*fast food restaurant*). Di era global saat ini semakin banyak dijumpai outlet/gerai restoran cepat saji baik lokal maupun dari luar negeri (*franchise*). Seiring dengan meningkatnya jumlah restoran cepat saji yang ada di Indonesia, tingkat persaingan dalam usaha sejenis juga semakin meningkat. Akibat dari banyaknya restoran yang bermunculan membuat konsumen semakin selektif dalam memilih restoran. Kelangsungan perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan untuk dapat menguasai pasar yang ada serta pemenuhan harapan konsumen akan produk yang bermutu dengan harga yang realistis.

Fast food restaurant adalah restoran yang menyediakan makanan dalam waktu cepat dan siap untuk disantap konsumen, seperti *fried chicken*, *hamburger* atau *pizza*. Mudahnya memperoleh makanan siap saji di pasaran memang memudahkan tersedianya variasi pangan sesuai selera dan daya beli konsumen. Selain itu, pengolahan dan penyiapan makanan yang lebih mudah dan cepat sangat cocok bagi konsumen yang selalu sibuk (Sulistijani, 2002).

Di Indonesia data Kementerian Perindustrian menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman RI tumbuh 8,16% pada triwulan I tahun 2018. Sedangkan pada triwulan III tahun 2018 industri makanan dan minuman nasional tumbuh 9,82 persen atau sebesar Rp 192,69 triliun. Industri makanan dan minuman juga mempunyai peranan penting dalam pembangunan sektor industri, yaitu kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan industri non migas

merupakan yang terbesar dibandingkan subsektor lainnya yang mencapai 33,6 persen pada triwulan III tahun 2018.

Seiring dengan perkembangan dunia usaha yang pesat banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Akibatnya membuat konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Tetapi untuk produsen, ini merupakan suatu ancaman karena ketika semakin banyaknya produk barang dan jasa yang ditawarkan pada konsumen maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis. Salah satu persaingan yang sering terjadi adalah persaingan di bidang bisnis. Hal ini ditandai dengan banyaknya usaha-usaha baru maupun yang sudah sejak lama yang hadir dengan keunggulan dan kelebihan masing-masing.

Didalam Al-Quran sudah dijelaskan mengenai makanan yang baik yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya:

Wahai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu (QS. Al Baqarah: 168).

Usaha pelayanan makanan saat ini semakin berkembang fungsinya selain sebagai penyedia kebutuhan pokok manusia, juga berfungsi sebagai sarana refreshing dan berinteraksi dengan orang lain untuk dapat menghilangkan kejenuhan dari rutinitas sehari-hari. Banyak keluarga maupun para remaja yang dengan sengaja mencari suasana baru untuk memenuhi kebutuhan pokoknya sekaligus sebagai tempat hiburan pada waktu-waktu makan baik makan pagi, siang maupun malam. Konsumen sebagai pelanggan dalam memenuhi kebutuhan pokoknya

tentu tidak akan membeli begitu saja, tetapi mereka akan mencari tempat makan bersih, enak, nyaman, harga bersaing serta aspek terpenting yaitu kualitasnya.

Data dari Kementerian Perindustrian jumlah *FnB* dari berbagai jenis pusat perbelanjaan di Yogyakarta tersebut menunjukkan bahwa pasar di sektor industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan. Sehingga bisnis disektor tersebut persaingannya menjadi semakin ketat. Hasil studi lain menunjukkan bahwa supaya dapat memenangkan persaingan dalam industri kuliner ini restoran harus dapat memuaskan pelanggannya dan dapat dilihat dari kinerja restoran yang dirasakan oleh pelanggan. Kinerja restoran yang dirasakan oleh pelanggan secara spesifik dapat dibagi menjadi beberapa faktor atau variabel bebas yaitu pertama kualitas makanan, kedua kualitas layanan, ketiga kualitas suasana, dan keempat harga, sumber dari penelitian (Ramanathan, 2015).

Kepuasan pelanggan adalah faktor penting yang mempengaruhi keberlanjutan suatu bisnis, termasuk didalamnya bisnis restoran. Petzer and Mackay (2014) menyatakan bahwa faktor penting pembentuk kepuasan pelanggan restoran adalah *Food Quality* (kualitas makanan), *Dining Atmosphere* (suasana restoran), dan Kesesuaian Harga. Penilaian kualitas makanan erat kaitannya dengan gaya hidup. Perubahan gaya hidup, tata cara dalam menikmati hidangan pada masyarakat khususnya penikmat kuliner, membawa para pelaku bisnis kuliner ini kepada ide baru yang lebih kreatif dan inovatif, tentang tata cara penyajian makanan yang menggugah selera, kelezatan rasa, banyaknya variasi pilihan makanan, higienitas, kesegaran, dan temperature yang sesuai. Suatu restoran juga harus berinovasi dan kreatif untuk menciptakan rasa nyaman, tata ruang dan dekorasi yang menarik, dan artifak yang unik kepada pengunjung restoran, sehingga diharapkan konsumen akan betah berlama-lama di dalam restoran tersebut.

Prinsip diatas sejalan dengan pemikiran Kotler dan Keller (2009) Kepuasan Pelanggan adalah Perasaan pelanggan yang kecewa atau senang yang dapat menghasilkan dari perbandingan antara kinerja dengan harapan pelanggan. Ketika kinerja tidak bisa memuaskan harapan, pelanggan tidak akan puas. Dan jika kinerja dapat memuaskan harapan, yang terjadi adalah kebalikannya dan pelanggan akan sangat senang.

Makanan cepat saji lokal yang berada di Indonesia, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta contohnya Olive Fried Chicken. Olive Fried Chicken hadir dalam rangka memenuhi kebutuhan pemenuhan konsumsi makanan masyarakat Yogyakarta. Olive Fried Chicken berdiri pada tahun 2012. Merupakan outlet yang menyediakan makan cepat saji (fast food) yang berupa nasi ayam dan soft drink, dan harganya juga terjangkau bagi kalangan pelajar. Keberadaan makanan cepat saji lokal dirasakan sangat akrab dengan mahasiswa dan mahasiswi Yogyakarta. Rasa yang enak dan harga yang murah kiranya bisa menjadi alasan utama mengapa makanan cepat saji lokal disenangi oleh masyarakat khususnya mahasiswa dan mahasiswi yang berdomisili di Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh Willy Wijawa (2016) Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel kualitas makanan secara parsial dan simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan presentation adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Tina Kristiani dan Alimuddin Rizzal Rivai (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ersepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad A. Al-Tit (2015) Hasil penelitian ini adalah baik layanan dan kualitas makanan akan memiliki pengaruh positif pada kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya akan mempengaruhi retensi pelanggan secara positif.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan *Olive Fried Chicken* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan olive fried chicken?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan olive fried chicken?
3. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan olive fried chicken?

C. Tujuan Penelitian

1. Guna mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan olive fried chicken.
2. Guna mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan olive fried chicken.
3. Guna mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan olive fried chicken.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi ilmu pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan industri *food and beverage*.
2. Penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi perusahaan untuk menentukan langkah dalam mengembangkan layanan jasa guna mempertahankan dan meningkatkan pelanggan.

b. Manfaat Praktis

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan menambah wawasan perusahaan mengenai pentingnya kualitas makanan, kualitas layanan, dan persepsi harga.
2. Dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk agar lebih bisa bersaing kedepannya.