

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

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

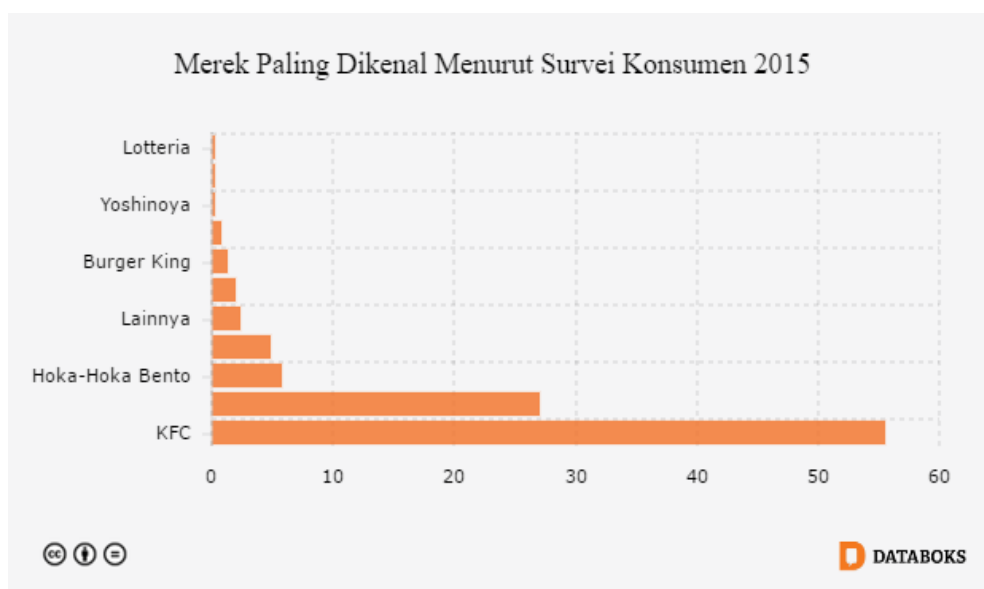
Perkembangan dunia bisnis di era modern ini telah berkembang sangat pesat dan mengalami perubahan. Setiap pelaku usaha di semua bidang bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan perhatian kepada kepuasan dan ketidakpuasan konsumen sebagai tujuan utamanya. Tidak terkecuali usaha dalam bidang industri makanan dan minuman baik bisnis makanan dan minuman yang kecil seperti warung, sampai bisnis makanan dan minuman yang besar seperti restoran karena sejak dahulu makanan dan minuman menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan termasuk dalam kebutuhan primer atau pokok. Dengan alasan ini manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan dan minum karena hanya dengan makan dan minum manusia dapat melangsungkan hidupnya.

Restoran merupakan salah satu usaha di bidang kuliner dalam bentuk jasa karena disamping menjual makanan, konsumen juga mengharapkan pelayanan yang baik dari karyawan restoran tersebut. Dalam sektor bisnis ini karyawan menjadi faktor penting karena melalui kualitas layanan yang dilakukan karyawan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Usaha di bidang kuliner merupakan salah satu bentuk usaha ekonomi yang memiliki prospek yang bagus, melihat fenomena yang ada semakin menjamurnya berbagai rumah makan *fastfood* di kota-kota besar. Peranan rumah makan *fastfood*

semakin besar, hal ini terlihat dengan semakin bertambahnya rumah makan *fastfood* dimana-mana. Maka persaingan sesama rumah makan *fastfood* semakin tajam.

Salah satunya rumah makan *fastfood* KFC. KFC masuk dalam PT *FastFood* Indonesia Tbk pada tahun 1978 didirikan oleh keluarga Gelael . KFC telah memiliki 559 gerai yang tersebar di Indonesia. Gerai terbanyak berada di Jabodetabek yang mencapai 195 unit, diikuti Jawa sebanyak 140 gerai, Sumatera sebanyak 108 unit, Sulawesi sebanyak 42 unit, Kalimantan sebanyak 35 unit, Bali, NTB dan NTT sebanyak 26 unit, Papua sebanyak 7 gerai, serta Maluku 6 gerai. Pengalaman sukses dan peningkatan pertumbuhan yang berkelanjutan selama lebih dari 30 tahun, tidak diragukan lagi telah menjadikan merek KFC sebagai pemimpin pasar restoran cepat saji di negara ini. Hal ini dibuktikan dengan adanya survey pada tahun 2015 oleh databoks



Gambar 1.1

Merek fastfood paling dikenal berdasarkan survey dari Databoks

KFC merupakan pemimpin dari bisnis warabala *fastfood* yang terus berkembang pesat di Indonesia. KFC telah mengupayakan berbagai strategi mengenai kualitas layanan. Perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya program layanan secara lebih matang melalui kualitas layanan, karena kepuasan pelanggan tidak hanya diperoleh dari kualitas produk dan harga melainkan juga jasa layanan yang diberikan pihak perusahaan kepada pelanggannya. Kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mengakibatkan loyalitas pelanggan.

Strategi kepuasan pelanggan menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan melakukan biaya yang tinggi dalam usaha merebut pelanggan suatu perusahaan. Dampak kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan pembelian ulang berbeda-beda setiap perusahaan. Pelanggan yang puas akan cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Kepuasan pelanggan menjadi kunci menciptakan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan akan muncul ketika pelanggan tersebut merasa puas terhadap kualitas layanan yang diberikan restoran tersebut. Loyalitas pelanggan menjadi faktor yang penting di dalam kelangsungan perkembangan suatu perusahaan dan meningkatkan penjualan perusahaan. Loyalitas (*loyalty*) sebagai komitmen yang di pegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih Oliver dalam Kotler (2009).

Penelitian ini replikasi dari penelitian Aryani dan Rosinta (2010) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Ada beberapa perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis buat, perbedaan itu ada pada hipotesis penelitian, subyek penelitian dan alat analisis. Perbedaan utama ada pada hipotesis penelitian jika penelitian yang dilakukan Aryani dan Rosinta (2010) menggunakan tiga hipotesis sedangkan penulis menggunakan empat hipotesis. Kemudian perbedaan penelitian selanjutnya Aryani dan Rosinta menjadikan mahasiswa S1 dan D3 FISIP UI sebagai subyek penelitian sedangkan penulis menjadikan masyarakat umum Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai subyek penelitian. Kemudian alat analisis yang digunakan pada penelitian terdahulu memakai SEM sedangkan penelitian yang penulis lakukan menggunakan *path analysis*.

Berdasarkan uraian, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang:  
**“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN KFC YOGYAKARTA (Studi Pada Masyarakat Umum Pelanggan KFC Sudirman Yogyakarta)”**.

## **B. Batasan Masalah Penelitian**

Tujuan pembatasan masalah ini agar ruang lingkup peneliti tidak luas dan lebih fokus untuk menghindari kesalahan sehingga tidak menyimpang dari pokok permasalahan serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Peneliti ini akan memfokuskan pada permasalahan “Kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan KFC yogyakarta” yaitu pada pelanggan yang berkunjung dan makan di KFC Sudirman Yogyakarta.

## **C. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan KFC Sudirman Yogyakarta?
- 2) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan KFC Sudirman Yogyakarta ?
- 3) Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan KFC Sudirman Yogyakarta ?
- 4) Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada rumah makan KFC Sudirman Yogyakarta ?

## **D. Tujuan**

Dari beberapa rumusan masalah diatas juga dapat disimpulkan beberapa tujuan penelitian, yaitu:

1. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan KFC Sudirman Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan KFC Sudirman Yogyakarta .
3. Menganalisis pengaruh langsung persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan KFC Sudirman Yogyakarta.
4. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada rumah makan KFC Sudirman Yogyakarta.

## **E. Manfaat Penelitian**

Merujuk pada tujuan penelitian maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan dua manfaat, yaitu:

### **1. Manfaat praktis**

Memberikan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam rangka menentukan strategi pemasaran untuk lebih meningkatkan tingkat penjualan. Selain itu bermanfaat pula untuk mengetahui faktor manakah yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

## 2. Manfaat teoritis

### a) Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat membantu perusahaan untuk digunakan sebagai bahan perbandingan, pertimbangan dan menentukan langkah-langkah selanjutnya, sehingga diharapkan dapat lebih meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

### b) Bagi Peneliti

Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi dan sebagai pembelajaran sebelum masuk ke dunia bisnis.

### c) Bagi Konsumen dan Pembaca

Sebagai sumbangan pustaka dan bahan tambahan pengetahuan mengenai kegiatan pemasaran khususnya dalam melakukan keputusan pembelian.