

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya zaman, semakin berkembang pula sektor kuliner di Indonesia. Salah satunya adalah restoran cepat saji McDonalds sebagai perusahaan yang bergerak dibidang kuliner yang sudah sangat lama di Indonesia, tentunya akan tersaingi dengan banyaknya sektor kuliner yang ada. Terbukti dalam data yang diambil dari web menunjukkan bahwa terjadi penurunan pendapatan pada 9 bulan terakhir lebih tepatnya pada bulan September 2018 hingga Maret 2019.



Sumber: www.id.investing.com (Diakses pada 21 Oktober 2019)

Lampiran 13

Gambar 1.1

GRAFIK PENJUALAN MCDONALDS

Terjadi ketidak stabilan pendapatan McDonalds pada laporan pendapatan triwulanan dari tahun 2018 hingga 2019. Pada gambar 1.1 tersebut dijumpai penurunan yang terjadi sejak bulan september 2018 hingga bulan maret 2019, sedangkan kenaikan terjadi pada bulan juni 2019. McDonalds sebagai perusahaan

yang sudah lama bergerak dibidang ini, perlu memperhatikan beberapa hal agar tetap tercapainya profit perusahaan, salah satunya adalah memperhatikan aspek *word of mouth* yang dapat dipengaruhi oleh kesetiaan pelanggan dan kesetiaan pelanggan yang dapat dipengaruhi pula oleh kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan serta kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Kualitas pelayanan yang diberikan McDonalds akan terus ditingkatkan seiring dengan berjalannya waktu agar dapat bersaing dengan kompetitorinya. Seperti yang diungkap oleh majalah bisnis online yaitu SWA.co.id bahwa McDonalds telah meluncurkan Aplikasi *Mobile* McDonalds yang bertujuan untuk memudahkan pelanggan bertransaksi melalui drive-thru maupun makan ditempat. Selain memudahkan pelanggan dengan aplikasi, Mc Donalds juga menggabungkan bisnisnya dalam perusahaan transportasi online yaitu *Grab Food* dan *Go-Food* yang mana kedua perusahaan ini sangat diminati oleh kalangan milenial yang sekarang sangat pengaruh dalam perekonomian di Indonesia.

Disamping kualitas pelayanan yang ditingkatkan, McDonalds juga membangun *brand* untuk membangun kesetiaan pelanggan. Dilansir dalam majalah bisnis SWA.co.id McDonalds membangun kesetiaan pelanggan dengan mengetahui apa yang dibutuhkan pelanggannya salah satunya dengan menyediakan menu makanan yang disukai oleh pelanggan. McDonalds melakukan *tracking* berdasarkan *core strength* yang dibangun, ke depannya diharapkan dapat membantu melihat kekurangan perusahaan, karena itu merupakan pendapat dari konsumen dan itu yang akan digunakan untuk memperbaiki *brand* ke depan.

Pada penelitian saat ini akan dijelaskan apakah ketidak stabilan pendapatan McDonalds tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menjadi variabel dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, dan kesetiaan pelanggan. Selain itu juga pengaruh dari variabel *word of mouth* terhadap ketidak stabilan pendapatan McDonalds. Dalam realita yang dialami para konsumen jika kepuasan didapat konsumen, kualitas pelayanan yang baik, dan kepercayaan timbul dibenak konsumen maka perasaan loyal akan timbul pada konsumen. Setelah itu konsumen akan merekomendasikan kepada konsumen lainnya atas kesetiannya.

Kesetiaan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan. Kesetiaan pelanggan inilah yang sangat menentukan atau menunjang dari keberlangsungan McDonalds di Sidoarjo. Penelitian saat ini akan dibahas mengenai pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan terhadap kesetiaan pelanggan dan dampaknya pada *word of mouth* di McDonalds Sidoarjo.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kesetiaan pelanggan di McDonalds?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kesetiaan pelanggan McDonalds?

3. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kesetiaan pelanggan McDonalds?
4. Apakah kesetiaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth* di McDonalds?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan pelanggan di McDonalds.
2. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kesetiaan pelanggan McDonalds.
3. Menguji pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kesetiaan pelanggan McDonalds.
4. Menguji pengaruh kesetiaan pelanggan terhadap *Word of Mouth* di McDonalds.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dirasakan oleh beberapa pihak yaitu, pihak manajemen McDonalds, Penulis, dan juga Pembaca. Adapun penelitian mengenai “Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan terhadap Kesetiaan Pelanggan dan Dampaknya pada *Word of Mouth* akan bermanfaat bagi:

1. Bagi Manajemen McDonalds

Diharapkan dapat memberi informasi kepada pihak manajemen terkait Pelanggan terhadap Kesetiaan Pelanggan dan Dampaknya pada *Word of Mouth* di McDonalds.

2. Bagi peneliti

Diharapkan dapat mengaplikasikan dan mengamalkan pengetahuan yang didapat selama perkuliahan.

3. Bagi pembaca

Diharapkan pembaca mendapat sumber pengetahuan dan wacana pengetahuan baru mengenai Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan terhadap Kesetiaan Pelanggan dan Dampaknya pada *Word of Mouth* di McDonalds.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika dalam penulisan penelitian ini telah dibagi menjadi lima bab yang bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian ini secara menyeluruh. Adapun susunan penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjabarkan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjabarkan secara terperinci tentang penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian, landasan yang digunakan dalam penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijabarkan tentang metode penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, instrument penelitian, populasi sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan mengenai garis besar data tanggapan responden berdasarkan beberapa karakteristik seperti faktor demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan banyaknya pembelian yang dilakukan. Selain itu, bab ini juga menguraikan mengenai hasil analisis data dari variabel penelitian yang telah diuji serta hipotesis penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas. Adapun isi dari bab ini yaitu meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran.