

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi, bidang kuliner juga mengalami peningkatan yang besar. Dilihat dari banyaknya restoran atau rumah makan maupun hidangan cepat saji (*fast food*) yang dibuka. Restoran cepat saji atau yang biasa dikenal dengan istilah *fast food* sudah sangat melekat dibenak setiap orang di berbagai belahan dunia dan digemari oleh semua kalangan usia. Hal ini juga disebabkan oleh kebiasaan masyarakat yang telah disibukkan dengan berbagai aktivitas sebagai pekerja baik pria maupun wanita sehingga kebutuhan masyarakat akan produk praktis juga semakin meningkat. Pada akhirnya waktu yang dimiliki untuk menyediakan makanan di rumah maupun untuk di tempat kerja semakin sempit dan pada akhirnya membuat mereka membeli makanan dan minuman di luar rumah. Oleh karena itu, banyak masyarakat Indonesia yang gemar mengonsumsi makanan cepat saji atau *fast food* (Azzura, 2018).

Di tengah wabah Covid-19 di Indonesia restoran cepat saji mengalami penurunan pembeli yang makan di restoran. Akan tetapi, pihak restoran memiliki strategi agar tetap menjaga penjualan demi keuntungan dengan tetap mendukung imbauan pemerintah untuk melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Konsumen dapat melakukan pembelian dengan layanan *contactless service take away*, *contactless drive thru*, *contactless McDelivery* maupun melakukan

pemesanan melalui ojek online. Sejak Juni 2020 restoran cepat saji membuka kembali layanan *Dine-in* (makan di tempat) dengan menerapkan protokol kesehatan



yang dianjurkan pemerintah (Intan, 2020). Ini merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh pihak restoran dalam meningkatkan minat pelanggan untuk makan di tempat. Pelanggan akan sangat berhati-hati dalam memilih tempat makan selama masa pandemi ini. Meningkatkan kualitas layanan seperti menyediakan alat pengukur suhu untuk mengecek suhu pelanggan yang akan melakukan pembelian di restoran serta menjaga kebersihan dan higienitas restoran.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan cepat saji (*fast food*) di Indonesia adalah PT. X yang telah membuka beberapa cabang restoran cepat saji X. Restoran Cepat Saji X telah didirikan di San Bernadia, California sejak tahun 1940. Perusahaan ini memulai dengan hidangan utama yaitu hamburger, kentang goreng, minuman ringan dan berbagai menu lainnya. Seiring dengan perkembangan yang cepat dalam kebutuhan masyarakat akan adanya restoran cepat saji X mendirikan cabang di beberapa Negara di dunia. Restoran cepat saji X ini menjadi salah satu restoran cepat saji diantara restoran cepat saji lain yang telah mendominasi pasar di Indonesia dan diminati oleh berbagai kalangan usia.

Pada salah satu portal data statistik hasil survey dari 10 merek makanan cepat saji dengan *brand value* atau nilai merek terbesar dunia. Restoran Cepat Saji X mendapatkan posisi pertama dari 10 merek makanan cepat saji dunia lainnya. Perusahaan asal Amerika Serikat (AS) itu memiliki nilai merek US\$ 130,4 miliar atau Rp 1.826 triliun. Tahun 2018, perusahaan tersebut menghasilkan pendapatan mendekati US\$ 38,5 miliar. Starbucks dan KFC berada di peringkat kedua dan ketiga dengan masing-masing nilai merek sebesar US\$ 45,9 miliar dan US\$ 17,2 miliar. Jika dirupiahkan dengan kurs Rp 14.000/US\$, maka Starbucks mengantongi Rp 642,6 triliun dan KFC Rp 240,8 triliun (Puspasari, 2019).

Pada survei merek di Indonesia yaitu pada situs TOP BRAND AWARD restoran Cepat Saji X masuk dalam salah satu dari lima restoran pada kategori restoran *fastfood* terbaik posisi kedua setelah KFC dengan persentase 22.8% pada tahun 2020 (Tabel 1.1). Restoran cepat saji lainnya yang masuk dalam kategori ini yaitu Hoka hoka Bento, A dan W dan Richeese Factory. Standar penilaian ini dilakukan berdasarkan performa merek yang diukur dalam *Mind Share*, *Market Share* dan *Commitment Share*. Dapat dilihat persentase dari Top Brand Award kategori restoran fastfood tahun 2018 – 2020 (bulan Agustus) pada tabel berikut:

Tabel 1.1
TOP BRAND AWARD KATEGORI RESTORAN FASTFOOD
TAHUN 2018-2020 (Agustus)

MERЕК	2018	2019	2020 (Agustus)
KFC	42.7%	26.2%	26.4%
“X”	24.3%	22.4%	22.8%
Hoka Hoka Bento	6.3%	5.4%	6.5%
A dan W	5.8%	5.4%	5.9%
Richeese Factory	2.7%	4.3%	4.9%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis jasa yang berkembang dengan pesat walaupun pada masa krisis. Hal ini disebabkan karena pada dasarnya makanan adalah salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi manusia. Dimana generasi milenial atau generasi di umur 18 – 35 tahun lebih memilih makanan cepat saji dibandingkan dengan makanan yang dimasak di rumah (Monica, 2018). Kondisi persaingan bisnis restoran cepat saji yang ketat akan mengakibatkan adanya kondisi dimana minat dari konsumen berubah-ubah. Hal ini mengharuskan restoran tersebut dapat

mengikuti keinginan atau minat konsumen secara terus-menerus untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Pada umumnya restoran cepat saji menyediakan kemudahan untuk mendapatkan produk, kualitas produk dan kelengkapan produk yang terbaik dalam pemenuhan kebutuhan yang sesuai dengan minat pelanggan sehingga dapat tercapainya kepuasan pelanggan untuk mendorong pelanggan melakukan pembelian kembali. Tidak hanya hal tersebut yang harus disediakan pada restoran cepat saji, tetapi juga kemampuan untuk memberikan kenyamanan dan kualitas pelayanan dari restoran tersebut dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama yang ditargetkan setiap restoran cepat saji. Hal ini untuk mendapatkan minat konsumen akan kembali dan terus membeli produk dari restoran tersebut. Kepuasan pelanggan pada umumnya akan tercapai ketika yang pelanggan harapkan sesuai dengan apa yang dapatkan. Dimana yang diharapkan oleh pelanggan adalah harga produk yang terjangkau dengan kualitas produk yang baik maupun pelayanan yang baik dari restoran. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang dikehendaki menjadi prioritas yang utama dan menjadi tolak ukur keunggulan daya saing dari perusahaan cepat saji (Ikhsan et al. 2020)

Atribut layanan makanan yang menjadi indikator dalam penelitian ini adalah *food quality*, *service quality*, *atmosphere* dan *price/value*. Beberapa penelitian mengenai hubungan dari *food quality*, *service quality*, *atmosphere* dan *price/value* terhadap customer satisfaction pada restoran telah banyak dilakukan. Beberapa studi telah menemukan bukti penting dari hubungan antara aspek kualitas pelayanan restoran cepat saji seperti kualitas layanan, kualitas makanan dan suasana) yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen (Gopi dan Samat, 2020); (Ilie dan Georgescu, 2019) ; (Serhan dan Serhan, 2019). Di sisi lain banyak studi yang meneiti hubungan atau pengaruh dari kualitas makanan dan harga produk terhadap kepuasan konsumen (Abdullah et al., 2018).

Oleh karena itu kualitas layanan, kualitas makanan dan harga menjadi aspek yang paling signifikan dalam penelitian yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji sehingga menjadi kunci untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan hasil penelitian terdahulu maka peneliti berminat untuk melakukan penelitian untuk mengkaji hubungan atau pengaruh antara Atribut Layanan Makanan (*food service attributtes*) terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan beberapa variabel pengujian yaitu kualitas makanan (*food quality*), kualitas layanan (*service quality*), Suasana (*atmosphere*) dan harga (*price/value*). Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan studi kasus di Restoran Cepat Saji X Sidoarjo, Surabaya dengan judul penelitian yaitu **“Pengaruh Atribut Layanan Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat Saji X”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka dapat dibuat perumusan masalah, sebagai berikut:

- a) Apakah kualitas makanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji X?
- b) Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji X?
- c) Apakah suasana memiliki pengaruh terhadap yang signifikan kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji X?
- d) Apakah harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji X?
- e) Apakah kualitas makanan, kualitas layanan, suasana dan harga secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji X?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bukti empiris diantaranya yaitu:

- a) Untuk menguji pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji X.
- b) Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji X
- c) Untuk menguji pengaruh suasana terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji X
- d) Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji X
- e) Untuk menguji pengaruh kualitas makanan, kualitas layanan, suasana dan harga secara serempak terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji X

1.4. Manfaat Penelitian

- a) Bagi restoran
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terbaru mengenai atribut layanan makanan yang akan meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja dan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang harus diterapkan restoran, khususnya pada restoran cepat saji.
- b) Bagi STIE Perbanas
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan koleksi perpustakaan STIE Perbanas Surabaya dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau sumber informasi sebagai pembanding dalam penyusunan penelitian oleh mahasiswa STIE Perbanas Surabaya.
- c) Bagi peneliti

Melalui penelitian ini peneliti dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dan dipelajari dari sudut pandang ilmu pemasaran serta penulis juga mendapatkan gambaran baru tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini untuk susunan penulisannya dibagi menjadi lima bab, dimana pembahasannya saling berkaitan dan sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian ini.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang peneliti terdahulu, tinjauan literatur, kerangka konseptual, pengembangan hipotesis, konsep yang menjadi dasar pada penelitian ini.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang rancangan penelitian, definisi operasional variabel dan pengukuran, prosedur pengumpulan data, dan metoda analisis.

BAB 4: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisikan hasil analisa yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

Bab ini mendeskripsikan data, hasil analisa data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB 5: PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan hasil analisis dan pembahasan yang mengacu pada tujuan penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran kepada peneliti selanjutnya.

