

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Usaha kuliner termasuk usaha yang terus mengalami perkembangan dan berjalan walaupun dalam masa sulit sekalipun. Makanan menjadi suatu kebutuhan pokok yang wajib dipenuhi, hal inilah yang mendasari usaha kuliner tetap berkembang. Sehingga apabila makanan dan minuman masih diperlukan oleh manusia, usaha kuliner tetap berkembang serta tumbuh. Perkembangan tersebut bisa membuat berbagai restoran, baik pada restoran makanan rumahan hingga makanan cepat saji. Semakin menjamur restoran-restoran tersebut membuat perusahaan harus sanggup bersaing dengan berbagai pesaing demi meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar tetap bertahan dan memiliki pelanggan tetap. Perusahaan perlu memberi kualitas produk maupun pelayanan yang dapat memberi rasa puas terhadap pelanggan antara lain, kemudahan dalam pelayanan, keramahan pegawai serta produk yang sesuai oleh keinginan pelanggan.

Dewasa ini masyarakat mulai menyukai makanan fast food seperti hamburger, pizza, spaghetti, Kentucky dan lainnya. Ketertarikan masyarakat ini didasarkan oleh keinginan masyarakat untuk memiliki makanan yang cepat dan praktis karena gaya hidup masyarakat sekarang cenderung cepat didukung oleh padat kegiatan di luar rumah dengan demikian tidak punya waktu dalam mempersiapkan makanan di rumah (Mufidah 2012: 158).

Perkembangan restoran *fast food* di Indonesia sangatlah pesat (Direktori Franchise Indonesia Edisi 3, 2007). Demikian disertai melalui banyaknya restoran telah menyediakan makanan cepat saji termasuk pada negara Indonesia. Adapun restoran cepat saji tersebut mempunyai kelebihan serta strategi yang bisa memikat konsumen untuk membeli produk restoran tersebut. Peran dari manajemen pemasaran sekarang tidak hanya mencari pelanggan namun juga menjaga loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Dengan pelanggan yang tergolong loyal maka perusahaan bisa memperoleh pelanggan baru karena termasuk tingkah laku pelanggan yang loyal akan memberi rekomendasi pada produk untuk individu yang

lainnya (Griffin 2007: 31). Sehingga, pelanggan tersebut menjadi aset perusahaan dengan berharga. Adapun kepuasan pelanggan termasuk upaya memperoleh pelanggan yang memiliki loyalitas sebab jika pelanggan terpuaskan maka pelanggan tersebut menjadi loyal kepada perusahaan.

Kualitas produk merupakan usaha yang dilaksanakan entitas usaha dalam pemenuhan ekspektasi pelanggan dengan suatu produk dari perusahaan. Kualitas Hal tersebut menjadi upaya guna memuaskan pelanggan dengan diberikan jasa dimana menyertai produk yang ditawarkan dengan tujuan supaya memuaskan pelanggan. Kedua elemen ini bertumpu pada upaya memenuhi harapan pelanggan yaitu keinginan dan harapan para pelanggan. Kedua elemen ini harus selaras tidak dapat salah satu unsur saja. Mengacu pada uraian di atas maka diketahui kualitas produk maupun pelayanan termasuk unsur yang tergolong penting untuk restoran makanan cepat saji guna mencari konsumen yang mau membeli produk tersebut..

Supaya perusahaan dapat berkompetisi dengan perusahaan lain, perusahaan tidak hanya harus mengandalkan diskon dan berbagai macam promo yang ditawarkan, perusahaan harus mengedepankan kualitas pelayanan dan produk karena jika hanya mengandalkan diskon, perusahaan hanya mendapatkan pelanggan tanpa mendapatkan pelanggan yang loyal. Ketidakpuasan pelanggan akan berdampak pada calon pelanggan. Karena apabila pelanggan merasa kecewa akan memberitahu kepada calon pelanggan lain dan berdampak pada keberlangsungan perusahaan. Peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya untuk mendapatkan laba, maka dari itu peningkatan kualitas pelayanan harus dari berbagai dimensi misalnya *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, *empathy* maupun *tangible*.

McDonald's termasuk upaya bagi restoran *fast food* dengan memberi penawaran beberapa jenis makanan cepat saji seperti *fried chicken*, *spaghetti*, *hamburger* dan lain-lain sehingga pelanggan dapat memilih makanan sesuai dengan selera mereka. Hal itu diawali dengan kehadiran restoran *derive in* di Pasadena, California Amerika Serikat. McDonald's ini kini berkembang sebagai suatu restoran makanan cepat saji dengan terdapat hampir pada seluruh dunia. McDonald's bahkan menciptakan gaya hidup baru masyarakat global. Namun

persaingan restoran makanan cepat saji pada saat ini sangatlah ketat yang membuat McDonald's selalu melakukan peningkatan pada kualitas diawali dengan produk maupun pelayanan serta juga memberikan diskon dan promo yang terdapat dalam aplikasi agar dapat bersaing dengan berbagai pesaing yang memiliki strategi tersendiri.

Penelitian terdahulu sudah dilakukan agar diketahui kualitas produk, kualitas pelayanan, serta diskon pada kepuasan pelanggan. (Zamani, 2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk maupun kualitas pelayanan mempunyai pengaruh pada kepuasan pelanggan sejalan dengan penelitian (Rumangit et al., 2022) dan juga penelitian (Nguyen, Nguyen, Do, 2019). Temuan (Zahara, 2019), (Harapan, 2017), dan (Zhong, Moon, 2020) menjelaskan kualitas produk maupun kualitas pelayanan terdapat pengaruh pada kepuasan pelanggan. Namun berlawanan dengan temuan (Tuti Rahmawati, 2017) dengan menjelaskan kualitas produk tidak ada pengaruh pada kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena di atas serta gap research dari hasil penelitian terdahulu. Penulis ingin mencoba meneliti ulang terkait objek maupun wilayah yang beragam dengan demikian penulis tertarik dalam melaksanakan penelitian dengan berjudul "Analisis Kepuasan Pelanggan McDonald's Tebet Jakarta Selatan"

I.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada McDonald's Tebet?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada McDonald's Tebet?
3. Apakah diskon berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's Tebet?

I.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's Tebet
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's Tebet

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diskon terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's Tebet

I.4 Manfaat Penelitian

Dengan hasil yang didapat, maka penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Secara teoritis maka harapannya dengan penelitian kali ini bisa dalam rangka memberikan wawasan, memperluas pemahaman dan memberikan kontribusi sebagai pustaka sumber informasi yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dalam bidang manajemen pemasaran mengenai kepuasan pelanggan terlebih dengan bergantung pada faktor kualitas pelayanan, kualitas produk, maupun diskon.
2. Secara praktis maka harapannya dengan penelitian kali bisa memberi manfaat dalam memberikan informasi maupun menjadi pertimbangan dan masukan pada peneliti lain dimana melaksanakan penelitian mengenai topic serupa dengan penelitian yang dilakukan. Serta bisa dipergunakan untuk bahan pertimbangan bagi berbagai pihak saat memahami tingkat kepuasan pelanggan yang mendapat pengaruh dari suatu variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, serta diskon.