

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini ada banyak keluarga yang memiliki pekerjaan dengan kesibukannya masing-masing yang kadang membuat mereka tidak mempunyai waktu hanya untuk sekedar memasak untuk keluarganya dan lebih memilih untuk memesan makanan cepat saji. Kesempatan ini merupakan peluang bagi usaha yang bergerak di bidang makanan cepat saji, dalam rangka memenuhi pelayanan dan kebutuhan makanan. Termasuk memproduksi makanan cepat saji berupaya memenuhi kebutuhan konsumsi rumah tangga yang tidak lagi bisa dikerjakan karena kesibukannya.

Kebutuhan dalam rangka memenuhi hidupnya bagi rumah tangga yang sibuk sudah bisa teratasi dengan memanfaatkan media online makanan cepat saji khususnya di wilayah kota yang memang menjadi pusat perhatian bahkan sekarang ini sudah mulai masuk ke desa-desa. Keadaan masyarakat yang sibuk inilah yang membuka peluang makanan cepat saji atau *Delivery Order* yaitu KFC Kudus untuk memberi pelayanan bagi masyarakat. Dalam hal ini KFC Kudus hadir untuk mengatasi permasalahan tersebut. Jasa makanan cepat saji dan *Delivry Order* ini dibutuhkan karena akses dan kemudahan prosesnya menggunakan aplikasi *smartphone*. Sehingga pesan antar makanan dirasa sudah semakin mudah.

Bisnis yang mengandalkan pelanggan sebagai perhatian utama untuk membeli produk dari perusahaannya tentunya mengutamakan kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan tergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, maka pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka pembeli akan lebih senang. Dalam penjualan produk makan cepat saji yang ditawarkan oleh KFC tentunya varian dan berbagai pilihan rasa menjadi kunci dalam memuaskan pelanggan. Menurut Kotler (2008) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya.

**Tabel 1.1**

**Daftar Top 10 Perusahaan Restoran *Fast Food* di Indonesia Tahun 2016**

No.	Nama Restoran	Nama Perusahaan	Jumlah Gerai
1.	Kentucky Fried Chiken	Grup Gelael/ PT.Fast Food Indonesia	514
2.	Pizza Hutz	PT. Sriboga Ratu Jaya	207
3.	A&W	Yum ! Brands Inc.	200
4.	California Fried Frens Chiken	PT. Pionerindo Gourmet International Tbk	183
5.	Hoka – Hoka Bento	Paulus Arifin/ PT. Eka Boganiti	150
6.	Texas Chiken	PT. Cipta Selera Murni	133
7.	Mc. Donald's	PT. Rekso National Food	158
8.	Papa Ron's Pizza	PT. Setiamandiri Mitra Tama Tbk.	34
9.	Burger King	PT. Sari Burger Indonesia	18
10.	Izzi Pizza	PT. Sri Agung Cahaya Sakti	6

*Sumber: Majalah SWA Edisi: XXVI/ 8-12 September 2016*

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa persaingan yang terjadi antar restoran cepat saji di Indonesia cukup kompetitif. Data diatas menunjukkan perkembangan tertinggi pada perusahaan restoran *Fast Food* di Indonesia peringkat pertama adalah di tempati oleh *Kentucky Friend Chicken (KFC)* dengan jumlah gerai 400.

Dalam memberikan kepuasan pelanggan perlu adanya pilihan produk yang ditawarkan oleh pelanggan. Produk yang memiliki berbagai jenis dan keragaman dapat memudahkan pelanggan memilih jenis makanan yang disukai. Keragaman produk merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh suatu bisnis baik ritel maupun berbagai makanan siap saji. Adanya keragaman produk yang baik, perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Hal-hal yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan adalah bagaimana membuat berbagai keputusan tentang bauran produk yang dihasilkan pada saat ini maupun untuk masa mendatang. Keragaman produk sebagai berikut keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli (Kotler dan Keller, 2012).

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) seperti yang dikatakan oleh Lupiyoadi (2013) dapat didefinisikan yaitu: “Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh”. Menurut Lovelock dan Writs (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa

yang mereka harapkan. Meskipun produk yang ditawarkan KFC Kudus telah sesuai selera konsumen, akan tetapi dalam memberikan pelayanan kurang baik akan menyebabkan konsumen kurang terpuaskan.

Faktor yang menjadikan pelanggan senang datang kembali ke KFC Kudus yaitu salah satunya karena lokasi yang dapat dijangkau dari berbagai sudut kota Kudus. Lokasi menjadi salah satu penentu seseorang datang ke gerai untuk menikmati makanan yang dibelinya. Ketika lokasi yang dituju pelanggan jauh dari tempat tinggalnya, maka pelanggan lebih memilih tempat yang dekat untuk mengganti tujuan utamanya. Lokasi yang strategis dan mudahnya akses kendaraan menuju lokasi gerai tersebut, akan memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumen. Semakin strategis lokasi dari KFC, maka akan semakin mempermudah para pelanggan untuk mengunjunginya. Sehingga tidak menutup kemungkinan para pelanggan akan sering mampir membelanjakan uangnya ke usaha tersebut.

Seorang pelanggan membeli suatu produk tidak lepas dari harganya yang sesuai dengan kepuasan yang didapat pelanggan. Persepsi harga merupakan kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kesesuaian manfaat produk. Penilaian terhadap harga pada suatu manfaat produk dikatakan mahal, murah atau sedang dari masing-masing individu tidaklah sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan dan kondisi individu itu sendiri.

Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, lokasi dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan Hendro Yuwono (2017), menyatakan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko King di Malang. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Wilujeng (2015), menyatakan keragaman produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang.

Penelitian yang dilakukan Farah Diza (2016), menyatakan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. FIF Group cabang Manado. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tri Ulfa wardani (2017), menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen transportasi Gojek.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhtarom (2015), menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makn SBC Semarang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Grace Marleen Wariki (2015), menyatakan bahwa lokasi berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.

Sementara pada penelitian yang dilakukan oleh Ratlan Parded (2017), menyatakan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di mini market Indomaret di wilayah Kelurahan Rorotan Cilincing Jakarta Utara. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Zahriar Setio Laksmono (2016), menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil tersebut perlu dibuktikan dalam

penelitian ini sehingga penelitian ini mendukung atau tidaknya dari penelitian terdahulu.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik memilih judul **“PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTORAN CEPAT SAJI KFC KUDUS”**.

## **1.2 Ruang Lingkup**

Agar mempermudah pada saat melakukan penelitian ini, sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik dan terarah, maka perlu untuk membuat batasan dari permasalahan. Adapun ruang lingkup permasalahan pada penulisan penelitian ini, yaitu :

1. Obyek pada penelitian ini yaitu restoran siap saji KFC Kudus.
2. Variabel yang diteliti meliputi variabel keragaman produk, kualitas pelayanan, lokasi dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji KFC Kudus.
3. Responden yang di teliti yaitu pelanggan yang membeli di KFC Kudus sebanyak lebih dari satu kali.
4. Jangka waktu penelitian selama 4 bulan.

### 1.3 Perumusan Masalah

Seringkali suatu perusahaan yang menjual makanan siap saji hanya membuat beberapa olahan saja. Hal tersebut dilakukan tentunya agar pelanggan tidak bingung dalam menentukan pilihannya. Produk yang beragam tidak hanya menawarkan pilihan yang bermacam-macam, akan tetapi justru membuat konsumen menjadi bingung dan sulit menentukan pilihan yang mengakibatkan pelanggan berlama-lama memilih makanan yang ingin dipilih. Tentunya jika hal tersebut terjadi pada KFC Kudus, dimana pemilihan menu dilakukan di depan kasir dapat menjadikan antrian panjang.

Permasalahan tersebut tentunya harus diimbangi dengan kualitas pelayanan yang baik. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan KFC Kudus kurang cepat dan tanggap, maka dapat menimbulkan ketidakpuasan terhadap pelanggan. Apabila pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan akan enggan kembali membeli produk tersebut.

Bagi usaha makanan siap saji seperti KFC, lokasi merupakan hal yang paling penting. Perusahaan yang mempunyai nama besar rela menyewa tempat dengan biaya sewa yang mahal, hal tersebut tentunya dilakukan agar pelanggan lebih mudah menjangkau untuk datang ke gerai.

Selain permasalahan diatas, harga merupakan hal paling sensitif dalam menentukan nilai suatu produk. Jika harga yang ditawarkan mahal, maka dapat mempengaruhi pelanggan untuk membelinya. Tentunya kekecewaan pelanggan

juga akan semakin tinggi jika apa yang mereka keluarkan untuk sebuah produk yang dibelinya tidak sesuai dengan rasa puas yang didapat.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan restoran siap saji KFC Kudus?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan restoran siap saji KFC Kudus?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan restoran siap saji KFC Kudus?
4. Apakah persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan restoran siap saji KFC Kudus?
5. Apakah keragaman produk, kualitas pelayanan, lokasi dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan restoran siap saji KFC Kudus secara berganda?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah memperoleh data dan informasi yang tepat untuk menganalisis data. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan restoran siap saji KFC Kudus.



2. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran siap saji KFC Kudus.
3. Menguji pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan restoran siap saji KFC Kudus.
4. Menguji pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan restoran siap saji KFC Kudus.
5. Menguji pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, lokasi dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan restoran siap saji KFC Kudus secara berganda.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek teoritis
  - a. Bagi peneliti, menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi baik itu teoritis dan empiris tentang keragaman produk, kualitas pelayanan, lokasi dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penulisan penelitian ini.
  - b. Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan pedoman dan referensi untuk penelitian dimasa mendatang pada bidang yang sama.

2. Aspek Praktis

Bagi perusahaan, dapat memberikan saran dan masukan yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan dan aktivitas-aktivitas dibidang pemasaran

yaitu keragaman produk, kualitas pelayanan, lokasi dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan restoran siap saji KFC Kudus

