

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat yang hidup di era globalisasi yang serba instan dan praktis ini cenderung menginginkan ketepatan dan kecepatan dalam berbagai hal karena gaya hidup yang mereka jalani. Salah satunya dalam hal mengonsumsi makanan atau minuman cepat saji yang ditawarkan di berbagai tempat, mulai dari sepanjang jalan protokol kota, hingga ke jalan-jalan yang berada di pedesaan. Keterbatasan waktu yang ada menjadikan banyak masyarakat malas menyiapkan makanan sendiri di rumah, dan lebih memilih untuk membeli makanan cepat saji sehingga mereka bisa memiliki waktu untuk melakukan kegiatan lain yang bermanfaat.

Banyaknya industri di bidang kuliner yang bersaing di pasar Indonesia yang disebabkan oleh perkembangan yang terjadi saat ini, mendorong masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi. Dalam menghadapi persaingan yang ketat di dunia bisnis, para pengusaha menyadari bahwa mereka harus memaksimalkan semua aset yang mereka miliki demi meningkatkan kapasitas mereka untuk memaksimalkan kinerja perusahaan dan menciptakan keunggulan kompetitif. Persaingan di pasar Indonesia khususnya di industri kuliner, mengharuskan perusahaan untuk menyusun strategi guna memastikan bahwa produk yang mereka hasilkan diminati oleh masyarakat. Salah satu caranya adalah dengan mengembangkan citra merek yang positif. Citra merek yang baik dan positif akan diingat oleh masyarakat sehingga membuat masyarakat ingin mengonsumsi produk

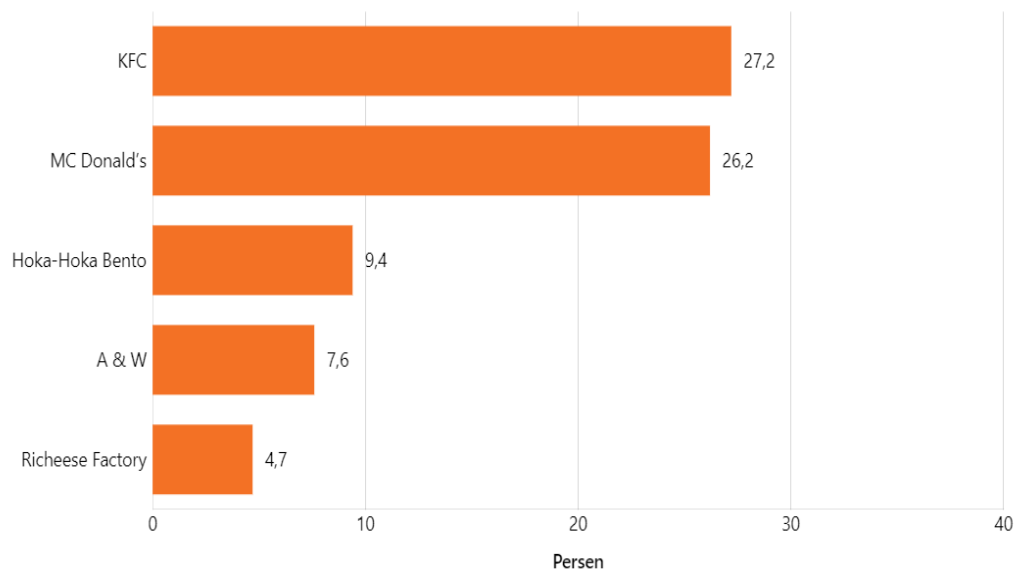
perusahaan serta dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

McDonald's didirikan oleh Ray Kroc. Ray Kroc memulai kariernya sebagai pengemudi ambulans untuk Palang Mera pada tahun 1917 meskipun saat itu sebenarnya ia belum memenuhi syarat untuk terjun ke medan perang karena usianya baru menginjak 15 tahun. Pada tahun 1954 Ray dikejutkan dengan datangnya sebuah pesanan besar untuk delapan multi-mixer dari sebuah restoran di San Bernardino, California. Disana ia menemukan sebuah restoran sederhana namun populer yang dikelola oleh Dick dan Mac McDonald. Hak eksklusif atas merek McDonald's dimiliki Ray Krock pada tahun 1960 (mcdonalds.co.id).

McDonald's yang didirikan pada tahun 1955 di California, Amerika Serikat, merupakan restoran cepat saji terbesar di dunia. Saat ini, McDonald's memiliki ribuan restoran di lebih dari 100 negara, termasuk Indonesia, dan memiliki produk andalan berupa burger yang dijuluki BigMac. McDonald's mendirikan restoran perdananya di Sarinah, Thamrin pada tahun 1991 dan secara resmi masuk ke Indonesia. Salah satu anak perusahaan Grup Rekso, PT Rekso Nasional Food (RNF) pada tahun 2009 menandatangani *Master Franchise Agreement* dengan McDonald's International Property Company (MIPCO) dengan skema Developmental License. Perjanjian ini mengizinkan PT Rekso Nasional Food (RNF) untuk mengoperasikan seluruh restorannya di bawah merek McDonald's dan membuka lokasi-lokasi baru di seluruh Indonesia. Dengan adanya skema Developmental License ini, PT. RNF tetap

beroperasi sebagai bagian dari Rekso Group tanpa disyaratkan menjadi bagian entitas dari grup McDonald's Corporation. Dengan bantuan lebih dari 14.000 karyawan di seluruh Indonesia, PT RNF sejauh ini telah membuka hampir 200 gerai McDonald's di berbagai kota di Indonesia. Melalui McDonald's Indonesia, PT RNF selalu berdedikasi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumen, menyediakan hidangan dengan kualitas terbaik, dan memberikan keuntungan yang besar bagi masyarakat Indonesia.

Brand McDonald's harus dapat bersaing khususnya dengan pesaing sejenisnya, hal ini dapat dilihat bahwa brand McDonald's belum mampu memimpin pasar di kategori restoran cepat saji.



Sumber: databoks (2023)

Gambar 1.1
Restoran Cepat Saji Paling Populer di Indonesia 2023

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa Kentucky Fried Chicken (KFC) merupakan restoran cepat saji paling populer di Indonesia.

KFC tercatat memperoleh skor *Top Brand Index* (TBI) tertinggi di antara restoran cepat saji lainnya, yakni 27,2%. Kemudian diikuti MC Donald's dengan skor TBI sebesar 26,2%. Skor TBI yang diperoleh FC dan MC Donald's tersebut cukup jauh dibandingkan Hoka-Hoka Bento yang berada di posisi ketiga dengan skor 9,4%. Disusul A & W serta Richeese Factory dengan skor masing-masing 7,6% dan 4,7%. Pesaing utama McDonald's yaitu KFC, tetap menjadi pemimpin pasar. Meskipun demikian, penjualan KFC secara konsisten mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal ini berbeda dengan McDonald's, yang mengalami peningkatan pelanggan setiap tahunnya, hasil ini didapatkan dari kesan yang baik dan kepuasan dari para pelanggannya. Hal ini tentu menjadi salah satu pertimbangan peneliti untuk mengambil penelitian dengan objek penelitian McDonald's.

Kebutuhan utama setiap orang adalah makanan, oleh karena itu mereka akan berupaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Perusahaan kuliner baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri saat ini telah banyak berdiri di Indonesia. Dalam upaya menarik perhatian pelanggan sebanyak mungkin dan meningkatkan pendapatan penjualan, setiap industri kuliner di Indonesia telah menerapkan berbagai macam inovasi dan kreasi.

Berman et al., (2018:464), karakteristik fisik toko yang berfungsi untuk menciptakan kesan pertama dan menarik pelanggan disebut sebagai atmosfer. Selain itu, konsep suasana toko yang menarik dapat membuat pelanggan senang dan merasa puas pada pelanggan selama proses pembelian dan bahkan bisa menjadi motivasi untuk kembali ke toko tersebut. Penciptaan lingkungan toko

yang tepat akan menarik minat beli pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan juga.

Suasana yang tercipta di gerai McDonald's cabang Kudus cukup membuat pelanggan merasa nyaman dikarenakan tempatnya yang bersih dan luas, terdapat 2 lantai indoor dan outdoor yang membuat pelanggan lebih leluasa untuk memilih tempat duduk, serta fasilitas lain yaitu meeting room, smoking area, *playground*, kamar mandi yang bersih, musholla untuk beribadah, dan tempat parkir yang luas.



Gambar 2.2
Ulasan Pelanggan di Google Map McDonald's Kudus pada September 2023

Gambar 1.2 menunjukkan ulasan pelanggan McDonald's Kudus yang mengeluhkan tentang suasana yang tercipta di dalam toko yang dapat membuat kesan McDonald's Kudus menjadi kurang baik di mata pelanggan yaitu kebersihan toilet yang kurang terjaga dengan baik. Banyaknya sampah dari tisu-tisu yang sudah dipakai yang berserakan di lantai toilet membuat pengunjung merasa kurang nyaman untuk sekedar pergi ke toilet. Kebersihan menjadi salah satu faktor penting pelanggan merasa betah dengan suasana yang ada di dalam toko apabila suasana tidak tercipta dengan baik maka akan menimbulkan perasaan tidak menyenangkan. Hal tersebut dapat berdampak pada kepuasan pelanggan yang menurun.

Lokasi artinya berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya (Lupiyoadi, 2013:96). Lokasi yang ideal untuk menjalankan bisnis adalah lokasi yang berdekatan dengan pusat kota atau pusat kegiatan lainnya, berlokasi strategis, dan mudah diakses oleh konsumen. Karena itu, lokasi usaha sangat penting dalam memikat pelanggan. Sebagian orang akan lebih mempertimbangkan untuk membeli sesuatu di lokasi yang mudah dijangkau.

Restoran McDonald's Indonesia ke-265 ini berada di Jl. Raya Kudus KM 1 RT 09/RW 03, Kelurahan Purwosari, Kecamatan Kudus Kota 59316. Terletak di lokasi yang strategis di Kota Kudus yaitu berada di samping ADA Swalayan, gerai baru McDonald's ini hadir menambah pilihan bersantap bagi seluruh masyarakat maupun pendatang dengan berbagai fasilitas dan kenyamanan yang disediakan, seperti *Party Room*, *Playland*, Mushola, *Drive Thru* 24 Jam, akses *Wi-Fi* bebas biaya, *Self Ordering Kiosk* (SOK), dan *McDelivery Service*.



Gambar 3.3
Lokasi McDonald's Kudus

Lokasi McDonald's Kudus berada di arus jalan yang sering terjadi kemacetan yaitu dekat dengan perempatan jalan jembatan Kudus karena termasuk jalan utama yang selalu ramai pengendara. Pengunjung wisata religi Sunan Kudus yang bertujuan untuk ziarah ke Menara Kudus serta pengendara lain yang bertujuan ke pusat kota dapat melewati jalan ini. Gerai Mie Gacoan Kudus yang baru dibuka juga menambah alasan meningkatnya jumlah pengendara. Dengan lokasi McDonald's Kudus yang sangat banyak dilalui kendaraan serta kemacetan yang biasa terjadi di depan gerai dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dimana pelanggan merasa malas untuk membeli karena arah menuju gerai McDonald's Kudus sangat ramai pengendara, apalagi pada saat cuaca panas menambah ketidaktertarikan pelanggan untuk menuju ke McDonald's Kudus walaupun hanya untuk sekedar nongkrong santai.

Serhan, & Serhan (2019) Karakteristik makanan yang berkualitas yang dapat diterima oleh konsumen juga diartikan sebagai kualitas makanan. Suhu, tekstur, rasa, aspek nutrisi, dan porsi makanan adalah beberapa karakteristik yang dapat dipertimbangkan. Oleh karena itu, kualitas makanan dapat didefinisikan sebagai kualitas karakteristik yang dimiliki makanan.



Gambar 4.4
Ulasan Pelanggan di Google Map McDonald's Kudus pada Agustus 2023

Ulasan buruk dari pelanggan McDonald's Kudus yang sudah pernah membeli makanan dari McDonald's di Kudus mengeluhkan kualitas makanan yang tidak konsisten. Pelanggan berkomentar tentang kondisi makanan yang buruk yaitu tekstur nasi serta ayam yang kering dan keras yang terasa seperti ayam yang sudah lama. Hal tersebut dapat menurunkan kepuasan pelanggan karena kualitas makanan yang kurang baik pada McDonald's Kudus.

Kepercayaan merek adalah keyakinan pelanggan terhadap merek bahwa keinginan atau kebutuhannya akan terpenuhi jika ia melakukan pembelian. Kepercayaan merek adalah keyakinan konsumen bahwa suatu produk memiliki ciri-ciri tertentu, keyakinan yang terbentuk melalui pandangan yang berulang-ulang dan dengan pembelajaran dan juga pengalaman yang diperoleh. Kepercayaan pelanggan sangat penting untuk kesuksesan mereka karena interaksi dengan konsumen yang didasarkan pada kepercayaan sangat berguna di mana sekelompok individu akan terdorong untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka dengan membeli barang atau jasa yang mereka anggap memiliki kualitas yang sangat baik (Kurnia & Krisnawati, 2023).

Berkurangnya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan McDonald's karena adanya isu terkait McDonald's yang memiliki keterkaitan dengan Israel. Adanya gerakan pemboikotan yang berlangsung hingga saat ini terhadap produk-produk yang memiliki keterlibatan dengan Israel yang salah satunya adalah perusahaan McDonald's yang menyebabkan turunnya kepercayaan merk sehingga pelanggan lebih memilih untuk beralih produk. Hal ini membuat kepercayaan

pelanggan atau *brand trust* pada McDonald's Kudus menjadi buruk dan berakibat menurunnya kepercayaan merek pada pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan bagian dari penciptaan nilai pelanggan karena dengan berkembangnya kepuasan pelanggan berarti memberikan manfaat bagi perusahaan, seperti terjalinnya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggannya, sehingga membentuk dasar yang baik atau berkembangnya kepuasan pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga menimbulkan minat pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat emosi yang dirasakan seseorang setelah mendapatkan barang atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja mereka dengan harapan pelanggan (Sumartini & Tias, 2019).

Peneliti Satria & Telagawathi (2021) mengenai *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, peneliti Wardhana & Sitohang (2021) menunjukkan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Peneliti Kurniawan & Soliha (2022) mengenai lokasi terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, peneliti Izzuddin & Muhsin (2020) menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Peneliti Worotikan et al., (2021) mengenai kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, peneliti Zaidan & Hamdi (2023) menunjukkan bahwa kualitas makanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Peneliti Ihsan & Sutedjo (2022) mengenai *brand trust* terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, peneliti Rahmawati et al., (2020) menunjukkan bahwa *brand trust* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah dijelaskan dan adanya perbedaan beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai dasar penelitian tentang pengaruh kepuasan pelanggan McDonald's yang telah dijelaskan, maka akan dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, Kualitas Makanan dan *Brand Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan”.

1.2 Ruang Lingkup

1. Subjek Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen McDonald's di Kudus.
2. Pada penelitian ini akan membahas tentang pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, Kualitas Makanan dan *Brand Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu *Store Atmosphere*, Lokasi, Kualitas Makanan dan *Brand Trust*. Variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan.

4. Penelitian ini dilakukan 1 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang, maka terdapat permasalahan dalam penelitian ini mengenai:

1. *Store atmosphere* yaitu yaitu kebersihan toilet yang kurang terjaga dengan baik. Banyaknya sampah dari tisu-tisu yang sudah dipakai yang berserakan di lantai toilet.
2. Lokasi McDonald's Kudus yang berada di tempat yang biasa terjadi kemacetan membuat pelanggan malas untuk membeli.
3. Kualitas makanan yang buruk yaitu kondisi makanan yang buruk yaitu tekstur nasi serta ayam yang kering dan keras yang terasa seperti ayam yang sudah lama.
4. *Brand Trust* yang menurun karena adanya isu terkait perusahaan McDonald's yang diduga memiliki keterkaitan dengan Israel.

Sebab itu, McDonald's harus lebih memperhatikan *store atmosphere*, lokasi, kualitas makanan, dan *brand trust* agar konsumen tetap merasa puas dengan produk yang ditawarkan. Hal tersebut sangat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan di McDonald's Kudus. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen McDonald's di Kudus?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada

konsumen McDonald's di Kudus?

3. Bagaimana pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen McDonald's di Kudus?
4. Bagaimana pengaruh *brand trust* terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen McDonald's di Kudus?
5. Bagaimana pengaruh *store atmosphere*, lokasi, kualitas makanan dan *brand trust* terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen McDonald's di Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen McDonald's di Kudus.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen McDonald's di Kudus.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen McDonald's di Kudus.
4. Untuk menganalisis pengaruh *brand trust* terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen McDonald's di Kudus.
5. Untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere*, lokasi, kualitas makanan dan *brand trust* terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen McDonald's di Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan mampu memperdalam wawasan dan pengetahuan tentang pembelajaran khususnya dalam bidang manajemen pemasaran serta dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama.

2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemilik perusahaan untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan *store atmosphere*, lokasi, kualitas makanan, dan *brand trust* terhadap kepuasan pelanggan.