

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini perkembangan perekonomian sangat pesat. Persaingan bisnis sangat ketat diberbagai sektor termasuk usaha disektor industri restoran atau kuliner. Perkembangan industri restoran diyakini masih menjadi bentuk usaha yang memiliki prospek yang cukup baik, pasalnya keberadaan restoran atau rumah makan saat ini sudah menjadi kebutuhan.

Industri restoran di Indonesia yang semakin hari semakin berkembang menjadikan pengusaha saling bersaing untuk mendapatkan keuntungan dari bisnis kuliner tersebut. Pengusaha dituntut untuk membuat terobosan-terobosan baru agar mampu menarik pelanggan serta tidak kehilangan pelanggan yang berpindah ke pengusaha kuliner lain. Untuk menarik calon pelanggan, restoran harus menawarkan menu yang bervariasi serta memiliki rasa yang berbeda dari restoran lain. Terlebih konsumen saat ini sudah pintar memilih restoran yang menurutnya bisa memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta mereka bisa merasa terpuaskan. Sehingga saat ini konsumen sangat mementingkan dan memperhatikan kualitas dari produk makanan yang akan mereka beli maupun pelayanan yang akan mereka terima.

Kualitas produk dan pelayanan memang sangat penting sehingga seiring berjalannya waktu kualitas produk dan pelayanan harus ditingkatkan oleh perusahaan karena pada hakikatnya kebutuhan dan harapan pelanggan juga bersifat dinamis, ditambah lagi dengan persaingan yang juga semakin ketat. Konsep kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas konsumen terkait satu sama lain. Kualitas pelayanan dan kualitas produk dipercaya berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen. Dengan kepuasan yang konsumen peroleh, maka akan muncul kemungkinan konsumen tersebut untuk loyal. Loyalitas memang sangat rentan karena walaupun pelanggan puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan, selalu ada unsur cacat jika mereka merasa mendapatkan nilai yang lebih baik di perusahaan lain. Kepuasan itu penting tapi tidak cukup untuk mengukur loyalitas di kalangan pelanggan. Dengan kata lain, kita dapat memiliki kepuasan pelanggan tanpa loyalitas namun sulit untuk memahami memiliki loyalitas tanpa kepuasan. Oleh karena itu, semua organisasi harus berusaha dan memuaskan pelanggan mereka dan untuk memastikan kesetiaan mereka (Arokiasamy, 2013).

Meskipun hubungan antara kepuasan dan loyalitas berubah dari waktu ke waktu, namun hubungan antara kepuasan dan loyalitas akan kembali tergantung pada kualitas produk dan layanan yang diberikan (Mittal et al. dalam Johanshahi, 2011). Bei dan Chiao (2001) menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara langsung menyebabkan loyalitas konsumen yang menguntungkan dan mempengaruhi kepuasan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan indikator yang mempengaruhi perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya. Tidak hanya itu, Johanshahi et al (2011) menyatakan bahwa kualitas produk dan pelayanan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan dan selanjutnya kepuasan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas. Lupiyoadi dan Hamdani (2006) menyatakan bahwa salah satu cara menciptakan kepuasan pelanggan adalah melalui cara peningkatan kualitas pelayanan. Karena kualitas sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan di dalam dunia bisnisnya. Selain kualitas layanan yang harus ditingkatkan, kualitas produk sangat penting karena dengan begitu perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif,

mendapatkan peluang yang menguntungkan, dan sebagai hasilnya akan meningkatkan penjualan dan pendapatan dari bisnis yang dijalani.

Dengan melihat kondisi persaingan bisnis yang sangat ketat saat ini menjadikan perusahaan harus benar-benar memperhatikan kualitas produk serta kualitas pelayanan yang mereka berikan. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2005). Kepuasan pelanggan dianggap sebagai kondisi yang diperlukan untuk mempertahankan pelanggan dan membantu dalam mewujudkan tujuan ekonomi seperti omset penjualan dan pendapatan laba. Kepuasan pelanggan juga dianggap sebagai kunci dalam menentukan mengapa pelanggan meninggalkan atau bertahan dengan perusahaan. (Arokiasamy, 2013). Dengan memperhatikan berbagai hal tersebut diharapkan perusahaan mampu masuk maupun bertahan di dalam dunia bisnis termasuk di dalam bisnis restoran.

Bisnis restoran yang berkembang saat ini tidak hanya berada di kota-kota besar di Indonesia, namun kota-kota kecilpun restoran mulai tumbuh. Restoran, khususnya restoran cepat saji saat ini persaingannya semakin ketat. Dengan pertumbuhan jumlah restoran cepat saji yang semakin marak dan produk yang ditawarkan juga semakin bervariasi, kualitas produk memang sangat penting untuk semua restoran untuk mempertahankan dan mendapatkan pelanggan. Salah satu kota kecil yang sedang berkembang bisnis industri restoran terutama untuk restoran cepat saji adalah kota Klaten. Meskipun Klaten merupakan kota kecil, namun banyak sekali restoran yang ada di kota Klaten baik dari restoran kecil maupun restoran

besar. Dengan begitu, Klaten bisa disebut sebagai daerah yang potensial untuk mendirikan sebuah bisnis, salah satunya di sektor industri kuliner atau restoran.

Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian di restoran cepat saji dan untuk mengevaluasi betapa pentingnya kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan restoran cepat saji yang nantinya akan berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan tersebut, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Restoran Cepat Saji di Klaten**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah yang ingin penulis pecahkan dalam penelitian ini adalah terkait dengan restoran cepat saji :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen restoran cepat saji?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen restoran cepat saji?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen restoran cepat saji?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen restoran cepat saji?
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen restoran cepat saji?

1.3 Batasan Masalah

Obyek penelitian adalah bisnis restoran cepat saji. Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas maka penulis memberikan batasan sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan terhadap orang-orang yang sedang melakukan pembelian di restoran cepat saji di Klaten.
2. Variable independen (variabel bebas) yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan serta variabel dependen (variabel terikat) adalah kepuasan dan loyalitas konsumen.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka hasil yang ingin diperoleh dari penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen restoran cepat saji.
2. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen restoran cepat saji.
3. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran cepat saji.
4. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen restoran cepat saji.
5. Untuk menjelaskan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen restoran cepat saji.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pembaca sebagai kajian ilmu terutama yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

b. Akademik

Laporan penelitian diharapkan mampu memberikan masukan bagi restoran cepat saji sebagai bahan pertimbangan dalam merencanakan dan merumuskan strategi bersaing dimasa yang akan datang.

