

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia sekarang ini banyak bermunculan restoran (tempat makan), baik yang berasal dari dalam negeri maupun restoran franchise (waralaba) dari luar negeri. Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan pada restoran fast food dari tahun ketahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan dalam hal kualitas produk, harga, promosi dan distribusi diantara sekian banyaknya restoran fast food yang ada di Indonesia. Pertumbuhan dan perkembangan restoran yang cepat saji di Indonesia menunjukkan bahwa adanya peluang dan perkembangan yang pesat.

Restoran adalah tempat tersedianya makanan dan minuman yang dijual dengan harga tertentu dan dengan fasilitas - fasilitas penunjang lainnya. Diantara berbagai macam jenis restoran, jenis restoran fast food adalah restoran yang paling banyak peminatnya. Restoran cepat saji adalah salah satu industri di dunia yang berkembang dengan cepat khususnya di area perkotaan sebagai tanggapan terhadap gaya hidup modern dengan fleksibilitas yang semakin meningkat. Dengan adanya perubahan gaya hidup serta semakin diterimanya restoran cepat saji oleh masyarakat, maka

persaingan antar gerai restoran cepat saji terhadap kualitas produk dan layanan akan semakin menonjol dimassa mendatang.

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Menurut Kotler dan Keller (2009 - 67). Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2008 - 151) pengertian harga adalah , "sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang di tukar konsumen atas manfaat - manfaat karna memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut."

Tujuan utama perusahaan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan adalah untuk membangun dan memperbaiki serta mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan produk atau jasa yang dihasilkan (Suprpto : 2001). Perusahaan yang menginginkan tercapainya kepuasan hendaknya memenuhi kebutuhan konsumennya. Hal ini dapat dicapai dengan mengetahui atribut - atribut kualitas pelayanan perusahaan tersebut.

Persaingan yang ketat menyebabkan suatu restoran perlu melakukan usaha pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini menyebabkan restoran-restoran yang ada saling berlomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk yang sesuai

dengan keinginan konsumen untuk tercapainya kepuasan pelanggan. Strategi distribusi menjadi salah satu pilihan yang berkembang saat ini. Salah satu diantaranya adalah system layanan antar (delivery service). Layanan antar merupakan suatu kemudahan yang diberikan oleh pihak produsen, dalam hal ini restoran, untuk mengantar pesanan produk yang diinginkan kesuatu tempat yang di kehendaki pelanggan. Prospek penggunaan fasilitas layanan antar (delivery service) cukup besar . Hal ini dapat dilihat dengan semakin maraknya kendaraan - kendaraan yang berlalu lalang dijalanan dengan bertuliskan nama restoran produsennya antara lain McDonalds, A&W, KFC dan lain - lain. Bahkan kini fasilitas layanan antar (delivery service) tidak hanya berfokus pada industri restoran, namun juga warung - warung kecil, apotek, lazada, dan sebagainya.

Kualitas pelayanan, dalam hal ini pelayanan fasilitas layanan antar (delivery service) menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan. Jika mutu pelayanan yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan akan memuaskan. Banyak cara yang bisa dicapai oleh bisnis waralaba untuk meningkatkan kepuasan konsumen, misalnya dengan memperhatikan faktor harga.

Pada umumnya, konsumen cenderung akan memilih yang menawarkan produknya dengan harga yang relative murah. Harga merupakan unsure bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana

setiap saat dapat berubah menurut waktu dan tempatnya. Harga bukan hanya angka - angka yang tertera dilabel suatu kemasan atau rak toko, tapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakannya banyak fungsi. Sewa rumah, uang sekolah, ongkos, upah, bunga, tarif, biaya penyimpanan, dan gaji semuanya merupakan harga yang harus anda bayar untuk mendapatkan barang atau jasa. Salah satu perusahaan cepat saji di Indonesia adalah PT. Fast Food Indonesia, Tbk yang mendirikan restoran yang bernama Kentucky Fried Chicken (KFC) yang menyebar di banyak daerah di Indonesia. Namun banyak pelanggan KFC adalah It - in Customer (makan ditempat).

KFC juga menyediakan fasilitas layanan antar (delivey service). Tetapi tidak banyak pelanggan yang memanfaatkan fasilitas tersebut. Beberapa faktor yang dianggap menjadi penyebab sedikitnya konsumen layananan antara lain keterlambatan makanan, makanan dalam kondisi yang kurang baik dan kesalahan dalam mengantar jenis makanan.

Dari sekian banyak waralaba baik asing maupun lokal yang ada di Indonesia, KFC merupakan salah satu yang berhasil bergerak disektor makanan. PT. Fast Food Indonesia .Tbk. adalah pemilik tunggal waralaba KFC di Indonesia, didirikan oleh Gelael Group pada tahun 1978 sebagai pihak pertama memperoleh waralaba KFC untuk Indonesia.

Yang paling mendukung suatu usaha restoran cepat saji adalah melihat keadaan sekarang, banyak masyarakat yang sangat sibuk dengan pekerjaan, sehingga waktu di rumah sangat terbatas terutama waktu untuk melakukan aktivitas seperti memasak sangat kurang, untuk itu bagi restoran cepat saji sangat banyak peluang, karna masyarakat yang banyak beraktifitaas di luar rumah atau di kantor akan lebih memilih untuk membeli makan yang cepat saji, karna disamping harga yang terjangkau juga sangat menghemat waktu mereka untuk melaksanakan perkerjaan. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Antar terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran KFC Cabang Pusat Grosir Cililitan (PGC) “**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Kualitas produk makanan relative mahal bagi konsumen.
2. Pesaingan produk dengan resatoran lain.
3. Kurang tepatnya waktu layanan antar sering terjadinya pesanan yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen.
4. Lingkungan sekitar kurang mendukung.
5. Kurangnya evaluasi produk dengan mengecek temperatur suhu setiap pergantian shfit.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Harga
2. Kualitas Layanan Antar
3. Kepuasan Pelanggan

D. Rumusan Masalah

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan daya saing restoran cepat saji seperti KFC. Layanan antar (delivery service) merupakan suatu fasilitas yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Berdasarkan pembatasan masalah, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan KFC Cabang PGC Jakarta ?
2. Apakah ada pengaruh kualitas layanan antar, terhadap Kepuasan Pelanggan KFC Cabang PGC Jakarta?
3. Apakah ada pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Antar secara bersamaan terhadap Kepuasan Pelanggan KFC Cabang PGC Jakarta dalam peningkatan kepuasan pelayanan?

E. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh indikator Harga, dan Kualitas layanan antar, terhadap Kepuasan pelanggan pada KFC Cabang Pusat Grosir Cililitan (PGC), Jakarta.

F. Kegunaan Penelitian

1. Secara umum :

- a) Untuk mengetahui harga, kualitas layanan antar, dan kepuasan pelanggan pada Restoran KFC cabang PGC Jakarta.
- b) Untuk memperbaiki oprasional perusahaan terhadap pengaruh harga, kualitas layanan antar, dan kepuasan pelanggan pada Restoran KFC cabang PGC Jakarta .

2. Secara Khusus

a. Bagi Peneliti

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Niaga (S.Sos) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.
- 2) Menerapkan ilmu pengetahuan peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.

b. Bagi Restoran KFC Cabang PGC Jakarta dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menyesuaikan Harga, Kualitas layanan antar , dan Kepuasan Pelanggan.

- c. Pada perkembangan ilmu pengetahuan, diharapkan dapat menambah kekayaan penelitian ilmiah.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah dan memahami antara bab yang satu dengan yang lainnya, maka sistematika permasalahan yang dibahas sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini di uraikan tentang : latar Belakang Masalah, Identifikasi masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

Dalam landasan teori akan dibahas mengenai pokok - pokok dari teori yang telah dikemukakan oleh para ahli yang mendukung pelaksanaan penulisan

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai jenis penelitian, tempat, waktu penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, teknik Analisa data, metode penelitian.

Skripsi dan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya. Teori tersebut berisikan tentang :Pengertian Fasilitas, Pengertian Pelayanan Koperasi, Pengertian

Kesejahteraan anggota. Hasil Penelitian yang Relevan,
Kerangka Berpikir dan Hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran dan unit observasi, penyebaran, dan pengumpulan kuesioner, karakteristik responden, pengujian hipotesis, dan pembahasan dan keterbatasan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini akan diuraikan tentang kesimpulan dan saran.