

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis sekarang ini terlebih lagi dalam era globalisasi kompetisi yang dihadapi semakin ketat dimana banyak perusahaan yang sedang bersaing untuk menciptakan produk dan pelayanan terbaik untuk memikat perhatian konsumen, tentu saja dalam persaingan yang cukup ketat ini perusahaan perusahaan dituntut untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang inovatif dan berkualitas tentu saja tujuan dilakukan hal hal tersebut tidak lain adalah agar perusahaan tetap unggul dan tidak kalah dalam hal bersaing, Dalam persaingan yang cukup ketat ini perusahaan harus mampu lebih berinovatif agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis serta memperkuat citra merek dari perusahaan tersebut.

Dengan banyaknya persaingan ketat dalam berbisnis antar perusahaan membuat harus lebih bisa berinovasi dalam persaingan era globalisasi ini serta mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan hal inilah yang harus membuat perusahaan memiliki citra merek yang positif agar bisa lebih diingat dibenak konsumen tentu tidak merek saja tetapi kualitas produk dan kualitas pelayanan dari perusahaan juga merupakan hal yang memiliki pengaruh besar dalam kepuasan konsumen. Bila perusahaan tidak bisa memenuhi ekspektasi konsumen terhadap kualitas pelayanan maka persepsi mutu konsumen terhadap brand tersebut berkurang karena konsumen memiliki ekspektasi tinggi terhadap industri jasa Hogleve dan Gremler (2009).

Di Indonesia khususnya, bisnis kuliner merupakan bisnis yang sedang memasuki persaingan yang cukup ketat terlebih restoran cepat saji dimana harus bisa lebih berinovasi hal hal produk yang dijualnya seperti pengembangan produk ataupun peningkatan kualitas pelayanan jasa kepada konsumen, Restoran cepat saji ini sendiri adalah restoran yang menyediakan makanan dalam waktu cepat dan siap disantap mudahnya, memperoleh makanan siap saji membuat hampir setiap

orang suka dengan jenis makanan seperti ini. selain itu pengolahan dan penyiapannya lebih mudah dan cepat dan cocok bagi mereka yang selalu sibuk.

Menurut Hsieh *et al.*, (2004) citra merek yang sukses mampu membuat konsumen mengidentifikasi kebutuhan yang memuaskan dari brand tersebut dan membedakan brand tersebut dari para pesaing. Perusahaan atau dari produk atau pelayanan yang memiliki citra yang disukai oleh masyarakat akan pasti mendapatkan posisi yang menguntungkan dalam pasar, keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan meningkatkan pangsa pasar atau kinerja dari perusahaan (Park *et al.*, 1986).

Kualitas layanan didefinisikan sebagai ukuran layanan yang memenuhi kebutuhan konsumen dan dengan membandingkannya berdasarkan ekspektasi konsumen dengan persepsi layanan aktual yang dirasakan (Parasuraman *et al.*, 1985; Parasuraman *et al.*, 1988) dan menurut Lang (2011) Kualitas pelayanan mengasumsikan bahwa memiliki peran penting dalam lembaga publik dan swasta dimana dijadikan sebagai persyaratan yang diperlukan untuk kepuasan pelanggan. Kualitas layanan juga merupakan salah satu faktor penentu dimana terciptanya kepuasan konsumen akan perusahaan itu baik dari brand produk atau layanan itu sendiri.

Kepuasan adalah evaluasi konsumen mengenai suatu produk atau layanan jasa dimana produk atau layanan jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan mereka atau sesuai harapan (Bitner dan Zeithaml, 2003; Akbar dan Parvez, 2009), Definisi kepuasan itu sendiri mengacu pada kesetujuan atau kekecewaan seseorang saat membandingkan pendapat pribadi mereka terhadap layanan yang diterima dengan ekspektasi layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kepuasan pelanggan telah dianggap sebagai salah satu faktor penting dalam menentukan loyalitas pelanggan. Pada saat kualitas layanan ditingkatkan hal itu akan mendorong kepuasan pelanggan yang akan menghasilkan bisnis dengan hasil yang bagus (Nilsson *et al.*, 2001). Menurut Hossain kepuasan pelanggan merupakan komponen penting dalam memposisikan kinerja usaha.

Menurut Akbar dan Parvez (2009) mendefinisikan bahwa loyalitas konsumen sebagai *mindset* sikap suka konsumen terhadap perusahaan yang berkomitmen

untuk membeli kembali produk atau jasa dari perusahaan tersebut dan merekomendasikan produk atau jasa ke orang lain. Sebuah konsumen mungkin saja berpindah produk atau jasa apabila ada alternatif yang lebih baik terutama bila konsumen tidak puas dengan produk atau jasa dari perusahaan sekarang. Sikap konsumen atas mewakili gagasan seperti pembelian ulang atau membeli produk atau jasa dari perusahaan yang sama, keinginan untuk merekomendasikan perusahaan ke orang lain, dari demonstrasi tersebut komitmen kepada perusahaan menunjukkan perlawanan konsumen atau kekebalan untuk beralih ke perusahaan pesaing dan rela untuk membayar harga premium (Zeithaml *et al.*, 1996).

Terdapat restoran cepat saji yang baru dan telah berdiri sejak 10 tahun dan muncul di Indonesia yaitu adalah restoran Rocket Chicken yang merupakan restoran cepat saji asli milik Indonesia yang didirikan oleh Nurul Atik bersama kakaknya pada tanggal 21 Februari 2010 dengan membuka restoran pertamanya di Semarang dan sekarang sudah menyebar luas keseluruhan wilayah Indonesia termasuk wilayah Surabaya, Rocket Chicken memiliki spesialisasi produk yaitu adalah ayam goreng tentu produk yang mereka jual tidaklah ayam saja menu mereka yang lain adalah burger, steak, dan *chinese food* yang sudah memiliki standarisasi makanan sehat, berkualitas dan tentu saja halal, dikarenakan Rocket Chicken terspesialisasi dalam makanan ayam maka lebih memiliki variasi menu hal ini bisa dilihat dari menu ayamnya seperti menu cheesy dimana menjadi keunikan dari Rocket Chicken dan disukai oleh para konsumen dikarenakan paduan menu keju dan ayam yang dilumuri saos pedas menjadi keunikan sendiri bagi konsumen, hal yang membuat unik dalam Rocket Chicken disini yaitu dengan makanan yang berkualitas mereka menawarkan harga yang murah dibandingkan restoran cepat saji lainnya seperti KFC, McDonalds ataupun Wendy's. Rocket Chicken disini telah disukai oleh para kalangan dikarenakan harga yang sangat terjangkau terlebih lagi lebih murah dibandingkan oleh restoran cepat saji lainnya, Rocket Chicken memiliki pelayanan yang berkualitas dan juga telah memiliki pelayanan *Drive-thru* yang dinamakan Rocket Chicken delivery dengan pemesanan produk produk Rocket Chicken melalui aplikasi yang telah disediakan oleh mereka sehingga mempermudah transaksi para konsumen, Rocket Chicken

juga telah mendapatkan penghargaan *Indonesia Digital Popular Brand Award* pada tahun 2016 (IDPBA 2016) dan juga pada 2019 (IDPBA 2019).

Penulis tertarik untuk meneliti restoran cepat saji Rocket Chicken dikarenakan dari segi brand restoran Rocket Chicken tergolong brand berkualitas tetapi masih memiliki sisi *negatif value* yang dirasakan sebagai contoh konsumen Rocket Chicken merasa tidak nyaman atas pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri seperti pemesanan *drive-thru* tidak sesuai yang diharapkan, waktu menunggu lebih lama yang diperkirakan ataupun pelayanan parkir tidak ada sehingga ada kemungkinan kendaraan bisa dicuri sehingga menciptakan ketidakpuasan konsumen tersebut hingga berpotensi konsumen berganti loyalitas ke perusahaan pesaing dikarenakan kualitas pelayanan Rocket Chicken yang buruk dan juga membuat citra merek itu sendiri jelek oleh dari latar belakang masalah ini penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Brand image* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Rocket Chicken di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, maka akan dirumuskan masalah sebagai berikut ini :

1. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Rocket Chicken di Surabaya?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Rocket Chicken di Surabaya?
3. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Rocket Chicken di Surabaya?
4. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Rocket Chicken di Surabaya?
5. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Rocket Chicken di Surabaya?
6. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap *Customer loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Rocket Chicken di Surabaya?

7. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Rocket Chicken di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai latar belakang dan perumusan masalah tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh:

1. *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* pada Rocket Chicken di Surabaya.
2. *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Rocket Chicken di Surabaya.
3. *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* pada Rocket Chicken di Surabaya.
4. *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada Rocket Chicken di Surabaya.
5. *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada Rocket Chicken di Surabaya.
6. *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Rocket Chicken di Surabaya.
7. *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Rocket Chicken di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dan juga teoritis sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Dari hasil penelitian memberikan pengetahuan dan sebagai bahan kajian dan dapat memberikan wawasan mengenai Pengaruh *Brand image* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada konsumen Rocket Chicken di Surabaya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah *Brand image* dan *Service quality* terutama yang memiliki kaitan dengan *Customer satisfaction* dan *Customer loyalty*

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memahami betul isi dari skripsi ini, maka skripsi ini disusun sesuai dengan sistematika penulisan dalam lima bab sebagai berikut :

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah , tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Membahas teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan model penelitian

BAB 3: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan desain penelitian yang dilakukan,identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik penyampelan, serta analisis data yang akan dilakukan

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memberikan gambaran objek penelitian, karakteristik responden, responden penelitian, deskripsi data, uji validitas, uji reliabilitas, analisis data pengujian hipotesis dan pembahasan

BAB 5: KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Dalam bab ini memberikan kesimpulan berdasarkan dari analisis data dari bab sebelumnya, keterbatasan penelitian yang dilakukan serta saran bagi peneliti selanjutnya, serta pelaku industri yang diteliti.