

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dengan semakin majunya teknologi dari waktu ke waktu berdampak positif pada perkembangan dunia usaha. Hal ini terlihat dengan semakin banyaknya perusahaan baru yang bergerak dalam berbagai bidang usaha, baik dalam bidang produksi maupun jasa. Dengan berkembangnya perusahaan baru tersebut menimbulkan ketertarikan bagi pengusaha lain untuk mendirikan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha yang sama dan menghasilkan produk yang sama pula sehingga mengakibatkan semakin ketatnya persaingan antara perusahaan-perusahaan yang sejenis. Produk-produk yang ditawarkan pun semakin beraneka ragam sehingga pembeli menjadi lebih kritis dan berhati-hati dalam memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Semakin padatnya populasi penduduk dunia berpengaruh terhadap kebutuhan makanan sehingga kini semakin banyak pengusaha yang memasuki bisnis makanan. Hal ini mengakibatkan semakin ketatnya persaingan antara pengusaha makanan yang satu dengan pengusaha makanan yang lain.

Fried Chicken merupakan salah satu makanan favorit bagi masyarakat Indonesia terutama di daerah perkotaan. Pesatnya perkembangan produk-produk *fried chicken* di Surabaya menyebabkan konsumen mempunyai kebebasan untuk memilih restoran *fried chicken* yang ada untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sehingga tingkat persaingan untuk produk *fried chicken* juga

sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat dari gencarnya promosi produk yang dilakukan baik melalui iklan di berbagai media (media cetak dan elektronik), pemberian brosur-brosur yang menawarkan potongan harga ataupun paket-paket yang berisi variasi produk dengan harga yang lebih murah. Kondisi persaingan yang cukup ketat ini perlu disikapi oleh para produsen makanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan kepuasan pada konsumen lebih baik dibanding para pesaingnya agar memperoleh loyalitas dari konsumen, karena kepuasan konsumen akan tercapai apabila produk dan pelayanan yang telah 'dibelinya' dari produsen sesuai dengan apa yang diharapkannya.

Kentucky Fried Chicken merupakan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha makanan yang menyediakan produk fried chicken yang sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia pada umumnya serta memiliki konsumen yang cukup banyak. Seperti diketahui Kentucky Fried Chicken juga mempunyai cukup banyak pesaing antara lain: California Fried Chicken, Texas Fried Chicken, Arby's, McDonalds, Dundee Fried Chicken, dan pesaing-pesaing lain, yang juga menyediakan produk yang sama serta menawarkan paket-paket yang bervariasi dengan harga yang bervariasi pula untuk menarik konsumen. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh pengusaha makanan fried chicken untuk menarik minat konsumen. Salah satunya adalah kualitas layanan yang merupakan faktor penting yang harus diperhatikan, sehingga dapat menghasilkan suatu bentuk layanan yang lebih baik dibandingkan pesaing-pesaingnya. Hal ini sangat penting karena restaurant-restaurant fastfood yang

berpedoman untuk memberikan kualitas layanan (*quality service*) yang baik, akan dapat bertahan walaupun di sekitarnya berdiri restoran-restoran sejenis.

Pencapaian layanan yang unggul bagi orang-orang yang memperhatikan penyediaan layanan dan dukungan kepada pelanggan (*customer service and support*) akan suatu produk, banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor. Setidaknya mengurangi tingkat perbedaan antara produk yang bersaing, sehingga pelanggan dapat memilih produk berdasarkan layanan dan dukungan yang disediakan produsen daripada prestasi produk itu sendiri. Penilaian konsumen terhadap kualitas layanan dapat berbeda-beda. Hal ini tergantung dari kepuasan yang diperoleh konsumen terhadap kualitas suatu layanan. Semakin besar kepuasan yang diperoleh dari suatu bentuk layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan maka konsumen akan citra positif terhadap kualitas layanan perusahaan tersebut. Hal ini secara tidak langsung berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian dan pemilihan restoran fried chicken sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Sebab citra positif ini, akan membuat konsumen terpicat dan untuk melakukan pembelian ulang sehingga akan timbul loyalitas konsumen serta mungkin juga akan merekomendasikannya pada keluarga, teman maupun relasinya.

Umumnya, pihak manajemen restoran fastfood menerapkan kualitas layanan menurut persepsinya sendiri padahal belum tentu persepsi manajemen sama dengan persepsi yang diberikan oleh konsumen. Oleh karena itu pihak manajemen restoran perlu mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikannya agar dapat memberikan pelayanan

yang memuaskan konsumennya. Dalam hal ini, restoran Kentucky Fried Chicken yang akan diteliti adalah Kentucky Fried Chicken di Sinar Rungkut (daerah Jemur Handayani).

Bertolak dari uraian yang telah dikemukakan, maka diputuskan untuk mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken di “Sinar Rungkut” Jemur Handayani Surabaya”.

Pembahasan kualitas layanan diukur dari 6 (enam) dimensi kualitas layanan yang meliputi *professionalism and skills, attitudes and behavior, accessibility and flexibility, reliability and trustworthiness, recovery, reputation and credibility*. Sedangkan kepuasan konsumen diukur dari *atribut kinerja* yaitu atribut yang berkaitan dengan produk, servis, dan pembelian.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada kajian di atas, maka perumusan masalah adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas layanan yang meliputi *professionalism and skills, attitudes and behavior, accessibility and flexibility, reliability and trustworthiness, recovery, reputation and credibility* yang diberikan oleh Kentucky Fried Chicken Sinar Rungkut berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen?
- b. Dari keenam dimensi kualitas layanan tersebut mana yang dominan terhadap kepuasan konsumen Kentucky Fried Chicken di Sinar Rungkut?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menguji apakah kualitas layanan yang meliputi *professionalism and skills, attitudes and behavior, accessibility and flexibility, reliability and trustworthiness, recovery, reputation and credibility* yang diberikan oleh Kentucky Fried Chicken di Sinar Rungkut berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Untuk menganalisis dimensi kualitas layanan yang dominan terhadap kepuasan konsumen Kentucky Fried Chicken di Sinar Rungkut.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat bagi penulis

Dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan penelitian serta menambah wawasan penelitian khususnya di bidang kualitas layanan serta dapat menerapkan teori-teori yang pernah diperoleh selama di bangku kuliah.

b. Manfaat bagi perusahaan

(a) Dapat memberikan masukan kepada pengelola restoran fried chicken mengenai pentingnya kualitas layanan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga pengelola restoran dapat memperbaiki program-program

pemasaran yang telah dibuat untuk lebih memperhatikan kualitas layanan kepada konsumen.

(b) Pengelola restoran fried chicken dapat mengetahui seberapa baik kualitas layanan yang telah diberikan kepada konsumen.

(c) Memberikan informasi kepada pengelola restoran fried chicken tentang dimensi-dimensi kualitas mana yang perlu dipertahankan dan mana yang masih perlu ditingkatkan sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya.

c. Manfaat bagi akademis

Dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan bagi pembaca yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut serta menambah perbendaharaan kepustakaan sebagai bahan perbandingan bagi penelitian serupa.

1.5. Sistematika Skripsi

Penyusunan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan urutan sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini disajikan penelitian terdahulu, landasan teori yang mendukung dan sebagai dasar pemecahan masalah serta perumusan hipotesis.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai Desain Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, Jenis dan Sumber Data, Pengukuran Data, Metode Pengumpulan Data, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel serta Teknik Analisis Data.

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dibahas mengenai gambaran umum perusahaan, deskripsi hasil penelitian, analisis data serta pembahasan dari keseluruhan penelitian.

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai simpulan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan serta berisi saran-saran yang merupakan sumbangan pikiran yang diperoleh berdasarkan dari hasil penelitian.

