

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Masyarakat modern merupakan masyarakat yang sering dikaitkan dengan aktivitas kerja yang tinggi. Semakin banyak para pekerja, baik pria maupun wanita yang menghabiskan waktu diluar rumah, menuntut mereka untuk mencari sesuatu yang praktis atau instan dalam memenuhi kebutuhan termasuk kebutuhan primer yaitu makan. Aktivitas kerja yang tinggi membuat pemenuhan kebutuhan makan tidak bisa dilakukan dirumah karena waktu yang mereka habiskan diluar rumah lebih banyak dibandingkan didalam rumah. Para pekerja lebih memilih membeli makan diluar dengan berbagai alternatif pilihan menu makanan yang mereka inginkan. Hal ini menyebabkan tempat makan menjadi peluang bisnis yang menguntungkan dan mengakibatkan munculnya banyak persaingan.

Perubahan pola makan masyarakat Indonesia yang beralih pada makanan cepat saji membuat usaha makanan cepat saji (bisnis waralaba) banyak bermunculan. Seiring dengan banyaknya bisnis waralaba yang muncul, pemilik tiap waralaba harus menghadapi tantangan dari persaingan yang ketat. Masalah yang berkaitan dengan semakin banyaknya pesaing yaitu pelanggan sering berganti-ganti tempat makan karena sekedar ingin mencoba dan membedakan antara tempat makan yang satu dengan yang lainnya. Hal ini akan menyebabkan makin berkurangnya loyalitas pelanggan, mengingat banyak waralaba pesaing menonjolkan kualitas dan kelebihan yang dimilikinya. Masalah yang paling menonjol adalah masalah mengenai bagaimana memenuhi kebutuhan konsumen sehingga tercipta kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen pada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Kepuasan pelanggan hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang oleh konsumen. Faktor sukses paling penting untuk sebuah perusahaan adalah kemampuan memberikan nilai yang lebih baik kepada pelanggan dibandingkan yang diberikan oleh pesaing. Nilai pelanggan

yang tinggi dapat dicapai hanya jika kualitas produk, kualitas layanan, dan nilai yang berdasarkan harga (*value based prices*) terbentuk bersama-sama secara harmonis dan mampu memuaskan pelanggan (Tandjung,2004:17).

Kualitas produk, kualitas layanan, dan harga merupakan atribut yang melekat pada sebuah produk. Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Sehingga apabila sebuah produk semakin memenuhi standar yang ditetapkan oleh konsumen, maka produk tersebut dapat dikatakan semakin berkualitas dan konsumen semakin puas.

Kualitas layanan juga menjadi salah satu faktor sukses perusahaan. Apabila kualitas layanan yang diberikan perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan terbentuk.

Kualitas produk dan kualitas layanan merupakan dasar yang mendukung penetapan harga (Tandjung,2004:17). Produk dengan harga yang tinggi namun memiliki kualitas produk dan kualitas layanan yang rendah, maka tidak akan memuaskan konsumen. Jadi harga yang ditawarkan kepada konsumen haruslah sesuai dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan sehingga kepuasan akan tercapai dan konsumen akan menjadi pelanggan yang melakukan pembelian berulang-ulang.

Quick Chicken adalah salah satu waralaba (bisnis makanan cepat saji) yang berlokasi di Jember. Quick chicken telah hadir di kota Jember untuk memuaskan konsumen modern yang menyukai sesuatu yang praktis. Namun, usaha waralaba dan tempat-tempat makan semakin banyak bermunculan dan dapat mengancam kelangsungan usaha Quick Chicken di Kota Jember. Berikut ini data penjualan Quick Chicken Jember :

Tabel 1.1 Data Penjualan Quick Chicken Jember Januari 2013 – April 2014  
Penjualan (dalam ribu rupiah)

No.	Bulan	Penjualan (dalam ribu rupiah)	
		2013	2014
1	Januari	121.000	138.000
2	Februari	112.000	124.000
3	Maret	116.000	136.000
4	April	119.000	135.000
5	Mei	127.000	-
6	Juni	141.000	-
7	Juli	155.000	-
8	Agustus	165.000	-
9	September	141.000	-
10	Oktober	153.000	-
11	November	137.000	-
12	Desember	136.000	-

*Sumber : Data Penjualan Quick Chicken Jember Januari 2013 – April 2014*

Berdasarkan dari tabel data penjualan Quick Chicken Januari 2013 – April 2014 diketahui penjualan mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak tetap. Dari data penjualan tersebut berarti dapat dilihat bahwa pelanggan Quick Chicken Jember tidak loyal. Ketidak loyalan pelanggan dapat dipicu karena ketidak puasan pelanggan terhadap Quick Chicken Jember, yang diasumsikan dikarenakan faktor harga, kualitas produk, dan kualitas layanan. Sehingga pelanggan berpindah dari Quick Chicken Jember ke tempat makan siap saji lain yang mulai banyak bermunculan di sekitar area Quick Chicken.

Quick Chicken Jember menyadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor utama yang menciptakan loyalitas pelanggan. Melihat permasalahan yang dialami Quick Chicken Jember, oleh karena itu diperlukan penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Quick Chicken dan nilai manakah yang berpengaruh dominan sehingga dapat digunakan untuk mengambil keputusan bagi pihak manajerial Quick

Chicken dalam merumuskan kebijakan yang pada akhirnya akan berdampak pada kelayakan konsumen pada Quick Chicken.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah variabel harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan pelanggan Quick Chicken Jember?
2. Apakah variabel harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan variabel manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel harga, variabel kualitas produk, dan variabel kualitas layanan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Quick Chicken Jember.
2. Mengetahui dan menganalisis variabel manakah diantara variabel harga, variabel kualitas produk, dan variabel kualitas layanan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Quick Chicken Jember.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka dari hasil penelitian ini diharapkan sebagai berikut :

1. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan bagi pihak manajerial Quick Chicken berdasarkan analisis pengaruh variabel harga, variabel kualitas produk, dan variabel kualitas layanan, terhadap kepuasan pelanggan Quick Chicken Jember.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi mengenai kepuasan pelanggan dan bahan perbandingan untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya.