

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri makanan restoran cepat saji terkhusus di bidang fast food diseluruh dunia semakin berkembang bahkan juga di Indonesia, dilihat dari banyaknya ragam merek usaha fast food yang bermunculan seperti KFC, McD, Pizza Hut, Sushi Tai, Yoshinoya, Hokben, A&W, Burger King (Michael C. Ottenbacher Robert J. Harrington, 2009), pilihan makanan yang begitu banyak seiring dengan berkembang era milenia pada saat ini (Widiarini, 2020). Di Indonesia sendiri restoran fast food berkembang sangat banyak, kebanyakan masyarakat indonesia mengenal makanan fast food dari adanya perkembangan budaya negara barat yang masuk ke negara indonesia dengan mengadopsi makanan yang berasal dari negara barat seeperti makanan cepat saji atau yang sering kita kenal dengan fast food Dian Rahma Fika Alnina,(2022).

Perkembangan restoran cepat saji dimana bisnis restoran cepat saji merupakan salah satu bisnis industri dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Dalam jurnal Chun & Nyam-Ochir (2020) memaparkan bahwa rantai restoran baik internasional mapun lokal berusaha untuk memenuhi keinginan konsumen akan berbagai produk dan layanan. Seiring dengan perkembangan zaman, kini konsumen menjadi lebih pandai dan menuntut apa yang diinginkannya mampu memenuhi ekspektasinya. Maka dari itu Chun & Nyam-Ochir (2020) juga menjelaskan bahwa keepuasan konsumen adalah permasalahan bisnis

yang penting. Makna customer satisfaction menurut Khan et al., (2013) adalah sebuah perasaan senang atau kecewa yang muncul dari dalam diri konsumen. Jika harapan yang diinginkan konsumen terpenuhi maka akan meningkatkan kepuasan, begitupun sebaliknya.

Konsumen ketika melakukan pembelian menu makanan seperti hamburger atau kopi di restoran cepat saji tentu mereka mengharapkan pelayanan yang sama, faktanya hal tersebut menjadi kunci utama untuk prospek pengembangan serta pertumbuhan rantai restoran cepat saji (Cao & Kim, 2015). Widiarini (2020) menjelaskan perkembangan industri makanan di bidang fast food diseluruh dunia semakin berkembang, dilihat dari banyaknya jenis-jenis makanan, pilihan makanan yang begitu beragam seiring dengan berkembangnya era milenial pada saat ini. Dalam 10 tahun terakhir, industri restoran cepat saji telah mencapai pertumbuhan yang sangat luas (Q. Nguyen et al., 2018). Palupi & Abdillah (2019) menyatakan permintaan konsumen terhadap kuliner semakin meningkat serta eksistensinya telah diakui selama beberapa tahun seperti di negara Australia dan Kanada pelayanan kuliner disetiap lokasi menghasikan US\$1 miliar per tahun dan hal ini merupakan bagian terpenting dari pengembangan dari beberapa tempat. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Chun & Nyam-Ochir, 2020) menemukan bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi customer satisfaction yaitu kualitas pelayanan, suasana restoran, dan food quality.

Service quality menjadi salah satu keberhasilan restoran. Q. Nguyen et al., (2018) menjelaskan bahwa lingkungan dengan

persaingan yang tinggi seperti saat ini sangat penting bagi restoran cepat saji untuk pandai dalam memahami faktor apa saja yang dapat mempengaruhi service quality serta kepuasan pelanggan guna mencapai keberhasilan restoran. Dalam hal ini Q. Nguyen et al., (2018) juga meneliti bahwasannya service quality menjadi faktor kunci yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, penelitian yang dilakukan yaitu terkait dengan dampak kualitas layanan terhadap customer satisfaction restoran KFC, McDonald's dan Burger King. Nauman, (2011) juga membuktikan bahwa layanan yang berkualitas mencitrakan pengalaman positif sehingga menimbulkan citra komposit layanan berkualitas tinggi di benak konsumen, begitupun sebaliknya pengalaman negatif dapat menghilangkan citra komposit layanan berkualitas tinggi pada benak konsumen. Q. Nguyen et al., (2018) mengemukakan bahwasannya tidak mudah untuk mengukur suatu service quality karena disebabkan oleh evaluasi kualitas layanan tidak hanya cukup pada hasil suatu layanan tetapi penilaian ini juga harus dilakukan selama proses pemberian layanan berlangsung.

Selain service quality, beberapa penelitian juga menemukan bahwa customer satisfaction dapat meningkat disebabkan oleh physical environmental quality yang disediakan oleh restoran. Ha & Jang, (2012) seorang peneliti dari USA menyatakan bahwa physical environmental quality juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam pernyataannya Ha & Jang, (2012) juga menjelaskan bahwa physical environmental quality yang baik dapat memberi peluang pemasaran utama untuk menjadi pembeda

dari kompetitor lain, lingkungan fisik (atmosfer) yang berkualitas serta memiliki design dan suasana yang indah akan mendorong emosional pada diri konsumen untuk akhirnya memberikan dorongan kesediaan untuk membeli suatu produk atau layanan. Lingkungan fisik merupakan semua elemen baik yang berwujud maupun tidak berwujud serta didalam maupun diluar ruangan yang mencakup semua objek material (Ha & Jang, 2012). Jalilvand et al., (2017) menjelaskan bahwa dengan memberikan suasana yang menyenangkan kepada konsumen ketika menyantap akan menciptakan keunggulan kompetitif serta nilai yang dapat dikembangkan. Selaras dengan penjelasan Jalilvand et al., (2017), peneliti Slack et al., (2021) juga menyatakan bahwa physical environmental quality juga memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai yang dirasakan oleh konsumen.

Menurut Setiawan & Japariato,(2012) food quality sangat penting bagi pandangan konsumen, makanan yang berkualitas tinggi dapat diketahui melalui warna makanan, rasa, penyajian serta harga. Kualitas tidak hanya terpaku dalam bentuk barang maupun jasa, akan tetapi juga bisa dalam bentuk makanan karena tentu konsumen berharap bisa menikmati makanan dengan kualitas tinggi (Astari et al., 2020). Han & Hyun, (2017) mengamati bahwa citra positif restoran tidak hanya mempengaruhi niat konsumen akan tetapi juga akan berdampak pada persepsi food quality. Clemes et al.,(2011) memaparkan bahwa nilai serta customer satisfaction sebagai harapan utama keinginan konsumen agar terpenuhi dari pengalaman ketika mereka bersantap di restoran, diperkuat oleh (Liu & Jang, 2009)

menyatakan bahwa hasil rasa dalam makanan menjadi kondimen paling penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam hal pengambilan keputusan memilih restoran, food quality yang ditawarkan oleh restoran juga menjadi faktor penting sebagai bahan pertimbangan konsumen (Serhan & Serhan, 2019). Selanjutnya, peneliti lain (Slack et al., 2021) juga mengatakan bahwa food quality merupakan dimensi kualitas layanan pada restoran yang paling signifikan yang dapat mempengaruhi proses pemilihan konsumen dan persepsi kualitas yang dapat menimbulkan rasa puas pada diri konsumen.

Fenomena masalah yang mendasari kami melakukan penelitian tentang customer satisfaction di restoran cepat saji McD yang ada di Indonesia adalah adanya temuan dari hasil observasi sederhana terkait permasalahan ketidakpuasan konsumen pada restoran cepat saji seperti ketidakpuasan pada layanan, food quality dan beberapa hal lainnya. Salah satu gerai makanan cepat saji yang paling populer dan paling diminati oleh masyarakat Indonesia adalah McD. Meskipun McD menjadi salah satu gerai makanan cepat saji yang populer dikalangan masyarakat Indonesia, perlu diketahui bahwa kinerja pelayanan McD belum sepenuhnya berjalan dengan baik sesuai

dengan harapan para konsumen. Seorang peneliti dari Universitas Padjadjaran Yudha et al., (2022) dalam jurnal nya menyebutkan bahwa berdasarkan hasil analisis IPA mengindikasikan bahwa masih terdapat beberapa hal yang belum memenuhi harapan konsumen terhadap kinerja pelayanan gerai makan McD. Fenomena tersebut harus menjadi

prioritas pihak McD Indonesia dalam meningkatkan pelayanan kinerjanya sehingga seluruh elemen yang ada pada gerai makan McD menjadi lebih baik lagi.

Selain didasari pada fenomena diatas , penelitian ini juga menemukan adanya riset gap pada penelitian-penelitian terdahulu seperti yang dijabarkan pada tabel 1.1 beriku ini :

Tabel 1.1 Riset Gap

No	Jenis	Temuan
1	Kontroversi Riset	Carranza et al., (2018) Dalam penelitiannya menemukan bahwa kualitas pelayanan pada fast food berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian Maimunah,(2020) menemukan bahwa service quality berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.
		Jalilvand et al., (2017) Dalam penelitiannya menemukan bahwa physical environmental quality berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan restoran. Sedangkan hasil penelitian Lonardo & Soelasih, (2014) menemukan bahwa physical environmental quality tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
		Astari et al., (2020) Dalam penelitiannya menemukan bahwa service quality secara persial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian Kasinem, (2020) menemukan bahwa service quality tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2	Hasil riset yang lemah	Hasil penelitian yang lemah oleh (Afthanorhan et al., 2019) menemukan bahwa....memiliki pengaruh yang sangat lemah terhadap keberhasilan pemasaran, dibuktikan dengan nilai determinasi R Square hanya sebesar 0,142 atau 14,2%. sedangkan sisanya 85,8% dijelaskan dipengaruhi oleh variabel lain.

3	Methodology Gap	Asti & Ayuningtyas (2020) meneliti menggunakan metode kualitatif menemukan bahwa hanya ada satu variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Tombeng et al., 2019) menggunakan metode Kuantitatif yang menemukan bahwa semua variabel berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen. Perbedaan hasil penemuan di karenakan penggunaan metode riset yang berbeda sehingga memunculkan metodologi gap.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap customer satisfactionMcD Indonesia ?
2. Apakah physical environmental quality berpengaruh terhadap customer satisfactionMcD Indonesia ?
3. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap customer satisfactionMcD Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh service quality terhadap customer satisfactionMcD Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap customer satisfactionMcD Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh food quality terhadap customer satisfactionMcD Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis :
 - a. Memperluas wawasan penulis tentang fenomena yang terjadi dalam kaitannya dengan kepuasann konsumen.
 - b. Penelitian dapat digunakan sebagai bahan untuk

membandingkan sejauh mana teori yang diperoleh di perguruan tinggi tentang pengaruh service quality , physical environmental quality dan food quality terhadap kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

2. Bagi Pihak Lain :

- a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bantuan yang bermanfaat dalam menambah pengetahuan pihak-pihak yang berkepentingan di bidang ini.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

