

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

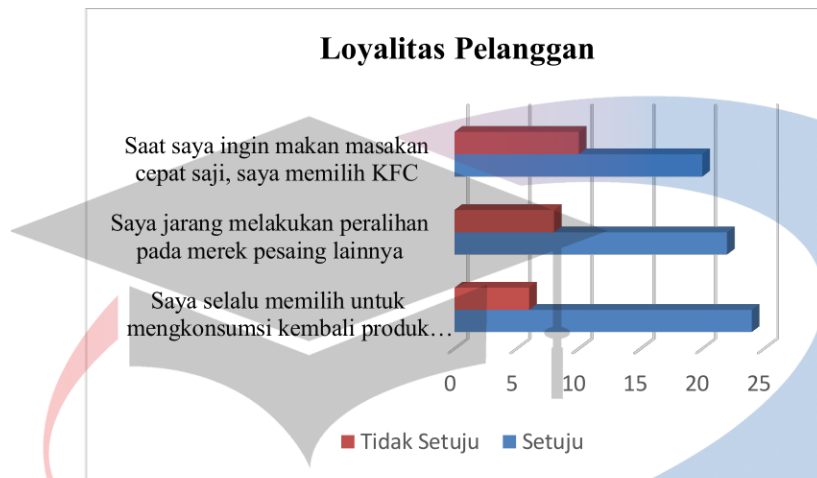
Persaingan di bidang bisnis saat ini terbilang sangat ketat dan terus berubah seiring dengan perubahan teknologi dan budaya, perkembangan dunia usaha serta kebutuhan konsumen. Bisnis adalah keseluruhan sebuah aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan pemberian layanan kepada konsumen untuk penggunaan yang sifatnya individu sebagai pribadi maupun keluarga. Agar suatu bisnis dapat berhasil, pelaku bisnis harus menawarkan produk, harga yang tepat dengan pelayanan yang standar. Oleh karena itu, pemahaman akan pelaku bisnis terhadap karakteristik target pasar atau konsumen yang akan dilayani merupakan hal yang sangat penting diperhatikan agar tidak terjadi kesalahan yang menyebabkan kerugian. Menurut Kotler dan Keller manajemen pemasaran adalah seni menumbuhkan konsumen melalui pembuatan, pengiriman dan pengkomunikasian manfaat produk bagi konsumen [1].

Tingginya tingkat persaingan di industri ini membuat perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan loyalitas pelanggan agar tidak berpindah ke produk lainnya. Persaingan yang ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar. Karena hal itulah upaya menjaga loyalitas pelanggan merupakan hal yang harus dilakukan oleh perusahaan [2].

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas “kesetiaan” pada produk-produk lain buatan produsen yang sama. Dan pada akhirnya konsumen tersebut adalah konsumen yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk selamanya [3]. Menurut Tjiptono loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Berdasarkan observasi, peneliti melihat bahwa KFC bukan lah makanan cepat saji yang asing lagi bagi masyarakat Pematangsiantar, karena pembeli rela mengantri berjam-jam hanya untuk membeli produk dari KFC. Untuk memperkuat penelitian ini, peneliti melakukan prasurvey kepada 30 orang responden. Adapun hasil prasurvey yang dilakukan ialah sebagai berikut:

Tabel 1.1. Hasil Prasurvey Loyalitas Pelanggan



Peneliti melakukan prasurvey terhadap 30 responden. Dari sejumlah responden diperoleh bahwa responden menjawab setuju untuk mengkonsumsi kembali produk KFC. Namun beberapa responden tidak setuju untuk mengkonsumsi kembali produk dari KFC karena menganggap produk pesaing CFC (California Fried Chicken) tidak kalah enak dibanding dengan KFC karena responden mengatakan bahwa respon karyawan CFC jauh lebih cepat dan cepat tanggap saat pelanggan butuh bantuan. Responden juga mengatakan tidak selalu ingin mengkonsumsi KFC saat ingin memakan masakan cepat saji, responden lebih tertarik untuk mengkonsumsi makanan fried chicken jalanan seperti Quality Fried Chicken, Noboel's Fresh Chicken dan SS Fresh Chicken karena harganya jauh lebih terjangkau.

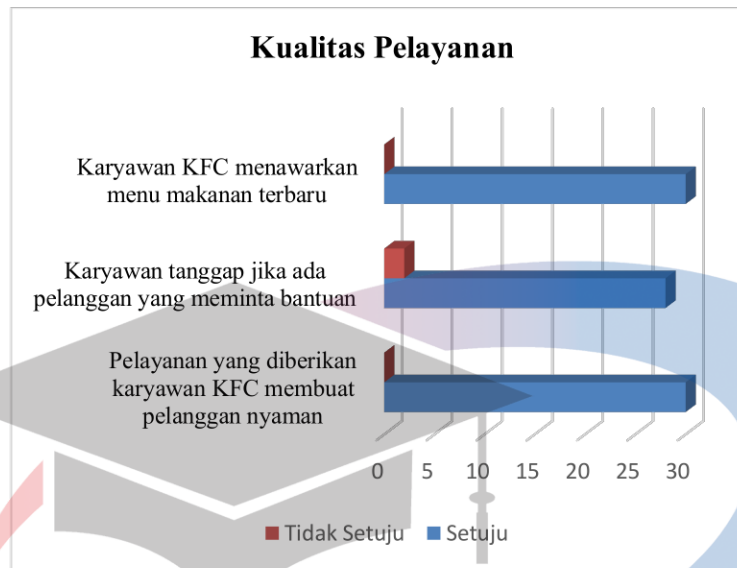
Dalam menciptakan loyalitas pelanggan, perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas layanan, harga dan kepuasan pelanggan yang baik. Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan dalam rangka menciptakan loyalitas pelayanan. Untuk dapat menciptakan loyalitas konsumen, salah satunya dengan

meningkatkan kualitas pelayanan. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Parasuraman,dkk bahwa untuk menilai kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima faktor yaitu, tangible (bukti fisik), realibility (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), emphaty (empati). Kualitas pelayanan merupakan hal yang perlu diperhatikan, jika jasa yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk sehingga akan berdampak pada menurunnya tingkat loyalitas pelanggan. Hal ini sesuai pernyataan John J. Sviokla dalam Lupiyoadi bahwa salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen [4].

Pelayanan yang dilakukan oleh karyawan KFC Pematangsiantar dalam melayani pelanggan ialah dengan memberikan pelayanan yang baik seperti membantu pelanggan yang kesulitan dan kurang mengerti dalam melakukan pemesanan menu makanan. KFC juga memberlakukan budaya bebers bekas makan sendiri ala KFC, kegiatan ini dilakukan bukan karena karyawan lepas tanggung jawab untuk membereskan meja pelanggan, akan tetapi tujuan KFC memberlakukan hal ini ialah untuk membuka kesadaran atas hal kebersihan agar generasi kedepannya peka dengan kebersihan. Dengan mengutamakan pelayanan, KFC juga menyediakan fasilitas layanan antar makanan sebagai wujud kepeduliannya terhadap pelanggan dengan memesan makanan melalui layanan gofood.

Berdasarkan penelitian sebelumnya diperoleh hasil pelayanan terbukti mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, artinya bahwa jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan berdampak pada tingkatnya loyalitas pelanggan [4]. Berbeda dengan penelitian lainnya bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan [5]. Adapun hasil prasurvey yang peneliti lakukan terhadap 30 responden yang mengkonsumsi KFC ialah sebagai berikut:

Tabel 1.2. Hasil Prasurvey Kualitas Pelayanan



Berdasarkan hasil prasurvey dari 30 orang responden secara keseluruhan diperoleh hasil bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan KFC membuat pelanggan nyaman, menurut responden keramahan karyawan menjadi salah satu alasan mengapa pada akhirnya memutuskan untuk tetap loyal terhadap KFC. Namun dari 30 responden ada 2 orang menyatakan bahwa karyawan KFC kurang tanggap saat dimintai bantuan, seperti saat hendak ingin duduk pelanggan masih mendapati meja dan tempat sekitar kotor bekas pelanggan lainnya, responden mengatakan seharusnya karyawan memastikan bahwa tempat duduk pelanggan bersih sebelum digunakan. Diharapkan agar pihak perusahaan KFC memberikan arahan kepada karyawan pada saat pergantian *shift* untuk lebih menunjukkan sikap peduli terhadap konsumen.

Selain kualitas pelayanan, hal lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lainnya untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang. Menurut Lupiyoadi strategi penentu harga (pricing) sangat signifikan dalam pemberian nilai (value) kepada konsumen [1]. Harga sangat menentukan loyalitas pelanggan, karena besarnya harga yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh konsumen.

Semakin tingginya harga akan mengakibatkan konsumen berpikir dan mencoba beralih ke produk lain dengan harga yang terjangkau, demikian sebaliknya apabila harga semakin rendah dan terjangkau maka konsumen akan mencoba melirik produk perusahaan [4]. Banyaknya penawaran potongan harga serta pilihan paket dalam menu makanan membuat pelanggan tertarik dan harga yang ditawarkan cukup sesuai dengan harapan pelanggan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel harga terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan artinya apabila harga yang ditawarkan lebih bervariasi maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat [4]. Berbeda dengan penelitian lainnya yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, seringkali untuk pelanggan yang telah loyal, harga menjadi faktor yang tidak berpengaruh, tetapi harga menjadi sangat berpengaruh terhadap awal untuk menjadikan seorang konsumen menjadi loyal. Hal pertama yang perlu diperhatikan adalah bahwa harga disini tidak hanya membeli produk (cita rasa dan porsi makanan yang memuaskan) tetapi juga membeli hal-hal lain, misalnya fasilitas, suasana dan kenyamanan [6]. Adapun hasil prasurvey yang peneliti lakukan terkait kondisi harga pada KFC kota Pematangsiantar ialah sebagai berikut:

Tabel 1.3. Hasil Prasurvey Harga



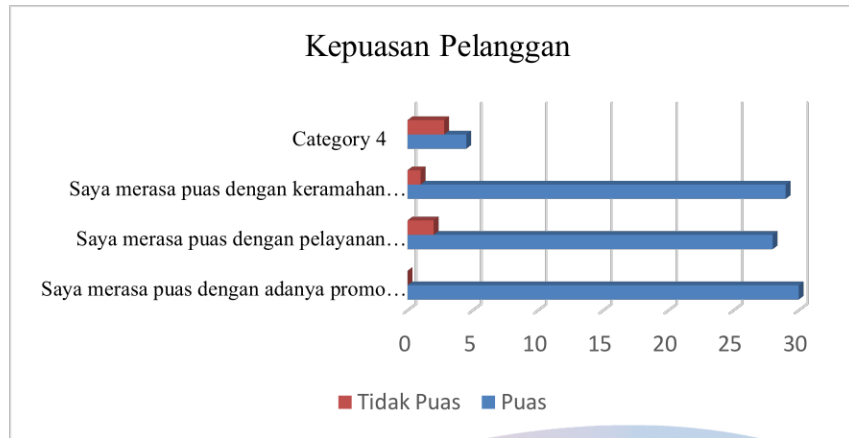
Berdasarkan hasil prasurvey dari 30 orang responden yang dilakukan oleh peneliti diperoleh fenomena bahwa harga produk yang ditawarkan oleh KFC Pematangsiantar relative mahal. Dari 30 responden, 6 orang menjawab bahwa KFC mahal, dan 17 orang responden menjawab bahwa harga KFC relative mahal lalu 7 orang mengatakan bahwa

harga yang ditawarkan KFC murah. Responden menyatakan dikarenakan harga KFC yang masih kurang terjangkau membuat pelanggan masih belum yakin untuk mengkonsumsi KFC berulang-ulang dan diharapkan agar perusahaan membuat inovasi produk dengan harga yang lebih terjangkau agar dapat dinikmati oleh semua kalangan.

Untuk meningkatkan loyalitas, perusahaan harus meningkatkan kepuasan setiap pelanggan dan mempertahankan tingkat kepuasan tersebut dalam jangka panjang. Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat penting. Irawan menyatakan bahwa “pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau pelayan jasa. Bahkan, pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain”. Selanjutnya McKechnie mengemukakan kepuasan pelanggan pada dasarnya adalah fungsi dari harapan dan persepsi terhadap kinerja suatu produk setelah pelanggan mendapatkan atau menggunakan layanan. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli ulang produk. Sebaliknya jika kecewa, konsumen tidak akan membeli produk yang sama lagi dikemudian hari.

Dalam penelitian sebelumnya diperoleh hasil bahwa pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan. Penelitian lain yang mendukung dikemukakan oleh Hairany yang mengemukakan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan [7]. Untuk mendukung kepuasan pelanggan KFC Pematangsiantar, penulis melakukan prasurvey terhadap 30 orang responden yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.4. Hasil Prasurvey Kepuasan Pelanggan



Peneliti melakukan prasurvey terhadap 30 orang responden secara keseluruhan dapat dilihat bahwa pelanggan KFC pada kota Pematangsiantar cukup puas dengan adanya promo dan juga keramahan karyawan dalam melayani konsumen, namun saat ditanya apakah pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan, 28 orang menjawab puas dan 2 orang responden menjawab tidak puas, responden mengatakan bahwa saat hendak mengorder makanan akan membutuhkan waktu yang lama mengakibatkan antrian yang panjang. Diharapkan karyawan lebih cepat dan sigap dalam melayani konsumen saat hendak melakukan order makanan serta dengan menambah jumlah karyawan KFC juga akan sangat membantu saat untuk mengatasi antrian yang panjang.

Di jaman yang berkembang pesat saat ini sudah banyak restoran fastfood di Indonesia. Makanan cepat saji adalah makanan yang praktis dan disajikan dengan waktu yang cepat. Keberadaan restoran cepat saji sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Salah satu restoran cepat saji yang banyak diminati oleh masyarakat adalah KFC (Kentucky Fried Chicken) [4].

(KFC) Kentucky Fried Chicken merupakan salah satu pelopor waralaba asing yang masuk ke Indonesia. Pemegang hak waralaba tunggal KFC di Indonesia adalah PT. Fastfood Indonesia, Tbk yang didirikan oleh Kelompok Usaha Gelael tahun 1978 dan terdaftar sebagai perusahaan publik sejak tahun 1994 yang saat ini memiliki kurang lebih 700 gerai yang tersebar di Indonesia [8]. KFC sudah menyebar di berbagai kota di Indonesia, termasuk kota Pematangsiantar.

KFC Pematangsiantar merupakan salah satu bisnis waralaba yang berada di kota Pematangsiantar yang sudah berdiri sejak tahun 1997 hingga kini dan sudah dikenal oleh masyarakat Pematangsiantar. KFC memiliki tempat yang strategis karena dekat dengan tempat perbelanjaan dan berada tepat di tengah kota, jadi setelah berbelanja memungkinkan pengunjung untuk singgah ke KFC Pematangsiantar. Selain itu KFC Pematangsiantar memiliki 2 lantai yang menjadi tempat favorit untuk anak sekolah dan mahasiswa untuk mengerjakan tugas dengan nyaman. KFC tak hanya mengandalkan popularitas saja melainkan juga berani berkreasi dan berinovasi terhadap apa yang ditawarkan dan memenangkan persaingan untuk mempertahankan pelanggan yang loyal pada merek yang digunakan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan KFC (Kentucky Fried Chicken) Pematangsiantar”** sebagai judul tugas akhir ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan KFC (Kentucky Fried Chicken) Pematangsiantar?
2. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan KFC (Kentucky Fried Chicken) Pematangsiantar?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan KFC (Kentucky Fried Chicken) Pematangsiantar?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan KFC (Kentucky Fried Chicken) Pematangsiantar?

1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian sangat diperlukan dalam penelitian ini, dari identifikasi masalah diatas banyak faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada KFC

Pematangsiantar. Namun dalam lingkup penelitian ini yang diteliti hanya membatasi sampai sejauh mana Loyalitas Pelanggan KFC Pematangsiantar.

1. Variabel Terikat :Loyalitas Pelanggan (Y)
2. Variabel Bebas :Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (X_3)
3. Objek Penelitian :Pelanggan Kentucky Fried Chicken (KFC) Pematangsiantar
4. Subjek Penelitian :Kentucky Fried Chicken (KFC) Pematangsiantar
5. Periode Pengamatan :Oktober 2021- Juli 2022

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan KFC (Kentucky Fried Chicken) Pematangsiantar.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan KFC (Kentucky Fried Chicken) Pematangsiantar.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan KFC (Kentucky Fried Chicken) Pematangsiantar.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan KFC (Kentucky Fried Chicken) Pematangsiantar.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai pertimbangan sumber referensi untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan pada penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen pemasaran yang khususnya berkaitan dengan Loyalitas Pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi KFC (Kentucky Fried Chicken) Pematangsiantar mengenai Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan

terhadap Loyalitas Pelanggan, sehingga diharapkan perusahaan KFC dapat terus berkembang dan berinovasi untuk mempertahankan pelanggannya.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replika dari peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Rasul Hamidi Rukmel, Budi Wahono, Moh Rizal yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Makanan Cepat Saji Di Lazizaa Chicken & Pizza Sigura-Gura Malang”** [9]. Berdasarkan penelitian diatas, adanya perbedaan dengan penyusunan sebelumnya sebagai berikut:

1. Variabel Penelitian.

Variabel bebas yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah menggunakan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga. Sedangkan pada penelitian ini peneliti menambahkan variabel Kepuasan Pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Konsumen akan setia dan loyal terhadap suatu merek jika konsumen mendapatkan kepuasan dari merek tersebut. Menurut Kotler kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap suatu produk dan harapan-harapan [10].

2. Objek Penelitian

Objek penelitian sebelumnya adalah Makanan Cepat Saji Di Lazizaa Chicken & Pizza Sigura-Gura Malang, sedangkan objek dari penelitian ini adalah KFC (Kentucky Fried Chicken) Pematangsiantar.

3. Periode Pengamatan

Periode pengamatan sebelumnya dilakukan pada tahun 2021, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022.