

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada zaman yang serba cepat ini, masyarakat lebih suka melakukan segala sesuatu secara instan, termasuk dalam hal mengkonsumsi makanan. Meningkatnya tingkat aktivitas pada zaman sekarang ini menjadikan makanan cepat saji (*fast food*) lebih digemari. Makanan cepat saji (*fast food*) sendiri merupakan salah satu bisnis kuliner yang sedang berkembang pesat pada saat ini. Minat konsumen akan makanan cepat saji yang kian meningkat membuat para pengusaha makanan cepat saji giat bersaing untuk mendapatkan perhatian dari konsumen. Pengusaha *fast food* dituntut bersikap proaktif dalam menanggapi berbagai perubahan pada lingkungan yang bersifat dinamis. Bentuk persaingan dapat berupa kualitas produk, harga maupun menggencarkan berbagai jenis promosi yang ada. Salah satu makanan cepat saji yang sedang ramai dibicarakan pada saat ini yakni Richeese Factory. Richeese Factory pertama kali dibuka pada tanggal 8 februari tahun 2011 di Indonesia dan mulai membuka gerainya di kota Medan pada tanggal 8 September 2016. Richeese factory ini ramai diperbincangkan karena menarik perhatian konsumen dengan ciri khas dan cita rasanya yang unik dibandingkan jenis makanan yang serupa. Richeese Factory sendiri merupakan produk makanan cepat saji yang menyajikan nasi dengan ayam goreng serta minuman. Yang membedakan produk dari Richeese Factory ini dengan produk lain yang serupa yakni, ayam goreng Richeese Factory disajikan menggunakan saus pedas yang khas dengan lima tingkat kepedasan yang berbeda. Tidak hanya saus pedasnya, juga ada saus keju yang menjadi salah satu andalan yang dimiliki oleh Richeese Factory serta minuman segarnya.

Kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat [1]. Ciri khas yang diberikan dapat membuat konsumen mengenal produk tersebut dengan baik hanya dengan melihat atau menyicipi, tanpa harus mengetahui brand dari produk tersebut.

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan kepada beberapa pelanggan Richeese Factory, Richeese Factory memiliki saus dengan sensasi rasa pedas dan

memiliki tingkat kepedasan yang berbeda disetiap rasa pedas yang disediakan. Saus pedas yang diberikan memiliki tingkat kepedasan dari level 1 sampai level 5. Sebagian pelanggan Richeese Factory mengatakan aroma saus yang kuat ditambah dengan tekstur ayamnya yang pas membuat rasanya semakin nikmat. Hal ini juga yang menjadi pemicu dan daya tarik bagi pelanggan untuk mengkonsumsinya. Bukan hanya saus pedasnya, saus keju juga menjadi salah satu andalan bagi pecinta keju. Saus keju yang diberikan memiliki ciri khas dan rasa yang berbeda dibandingkan dengan keju-keju lainnya. Bagi sebagian pelanggan, saus keju yang diberikan mampu untuk meredakan rasa pedas. Ada juga produk minuman yang diberikan oleh Richeese Factory yakni Richeese Nabati Frutarian Tea dan Pink Lava serta air mineral. Di sisi lain ada beberapa pelanggan mengatakan bahwa rasa pedas yang diberikan masih kurang pedas dan saus yang diberikan pun masih sedikit, tekstur ayam yang masih terlalu keras apabila dikonsumsi oleh anak kecil serta keju yang diberikan pun hanya sedikit serta rasanya sama saja dengan kebanyakan keju yang ada dan tidak mampu meredakan rasa pedas yang ada. Sedangkan untuk minuman dinginnya, menurut pelanggan yang menyukai rasa pedas, minuman yang diberikan oleh Richeese Factory tidak membantu meredakan rasa pedasnya, dengan rasa manis dan dingin dari minumannya membuat rasa pedas di dalam mulut kian menambah.

Harga merupakan sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari menggunakan produk atau jasa [2]. Harga juga merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen.

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan kepada beberapa pelanggan Richeese Factory, harga yang diberikan oleh Richeese factory dapat dikatakan terjangkau diberbagai kalangan, seperti kalangan pelajar, mahasiswa, karyawan maupun masyarakat umum lainnya serta harga yang diberikan oleh Richeese Factory juga sesuai dengan banyak porsi yang diberikan. Tidak hanya itu, dengan adanya menu paket yang diberikan, membuat harga lebih hemat dan ekonomis dibandingkan menu biasanya. Walaupun banyak yang mengatakan harga yang diberikan oleh Richeese Factory sudah terjangkau, ada juga beberapa konsumen dari kalangan karyawan yang mengatakan bahwa harga yang diberikan oleh Richeese Factory cukup mahal dan porsi yang diberikan dapat dikatakan sedikit dibandingkan produk

sejenisnya. Ditambah lagi menu paket yang diberikan tidak berpengaruh untuk membuat harga yang diberikan menjadi lebih ekonomis.

Perbandingan beberapa harga produk antar Richeese Factory dengan produk lain(KFC dan MCD).

Tabel 1.1
Perbandingan harga Richeese dengan KFC dan MCD

Produk	Richeese Factory	KFC	MCD
Combo 1 ayam	Rp 32.000 (1 nasi + 1 ayam + 1 minuman + 1 saus keju + 1 saus pedas)	Rp 25.000 (1 nasi + 1 ayam ori + 1 minum)	Rp 25.909 (1 nasi + 1 ayam + 1 minuman1)
Combo 2 ayam	Rp 45.000 (1 nasi + 2 ayam + 1 minuman + 1 saus keju + 1 saus pedas)	Rp 36.818 (1 nasi + 2 ayam ori + 1 minuman)	Rp 35.909 (1 nasi + 2 ayam + 1 minuman)
Ayam	Rp 16.000 (ayam + saus pedas)	Rp. 16.636 (ayam ori)	Rp 15.000 (ayam ori)
Minuman Soda	Rp 9.000	Rp 9.091	Rp 6.818

Dari tabel 1.1 , dapat dilihat bahwa harga paket combo dari Richeese lebih mahal dibandingkan dengan KFC dan MCD. Namun produk yang diterima oleh pelanggan dari harga yg diberikan Richeese Factory lebih banyak dibandingkan dengan KFC dan MCD seperti adanya penambahan saus pedas dan saus keju yang tidak ada ditempat lainnya. Hal ini pula yang membuat pelanggan tidak merasa bahwa produk yang diberikan oleh Richeese Factory memiliki nilai jual yang terlalu tinggi. Juga dapat dilihat dari harga ayam per potongnya, Richeese Factory memberikan harga yang sedikit lebih murah dibandingkan dengan KFC dan MCD. Namun apabila dilihat dari harga minumannya, Richeese Factory memberikan harga yang masih standart untuk segelas minuman yang dimana MCD berani memberikan harga yang lebih murah, namun harga tertinggi masih dimiliki oleh KFC.

Promosi meliputi semua alat-alat dalam kombinasi pemasaran yang peranan utamanya adalah untuk mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk konsumen [3]. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan menggunakan media digital. Dengan semakin banyaknya pengguna sosial media yang ada membuat promosi kian cepat diketahui oleh masyarakat apabila promosi dilakukan melalui media digital, serta masyarakat pun akan lebih mudah dan cepat mendapat informasi terbaru dari produk tersebut.

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan kepada beberapa pelanggan Richeese Factory, pelanggan Richeese Factory mengenal produknya melalui media sosial instagram dan dari mulut ke mulut. Pelanggan Richeese Factory mengatakan belum pernah melihat promosi di tempat lain selain melalui media sosial dan website dari Richeese Factory itu sendiri. Namun hal itu dianggap sudah cukup untuk memberikan informasi dari produk yang ada, karena di era modrenisasi ini, masyarakat lebih sering mencari informasi melalui media sosial dibandingkan iklan-iklan yang menggunakan media lainnya.



Gambar 1.1 Promo Richeese Factory dari Instagram.

Dari Gambar 1.1 Richeese Factory memberikan harga promo kepada pelanggannya yang berlaku mulai pukul 10.00 sampai 17.00.

Kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dengan pengorbanan yang dilakukan [4]. Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu

faktor penentu bagi konsumen apakah akan melakukan pembelian atau pemakaian ulang terhadap produk tersebut atau tidak melakukan pemakaian dan pembelian ulang terhadap produk tersebut.

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan terhadap pelanggan Richeese factory, sebagian konsumen daripada Richeese factory mengatakan bahwa kualitas produk dan harga yang diberikan cukup baik dan sesuai serta promosi yang diberikan juga dapat menimbulkan minat masyarakat untuk mengkonsumsinya. Namun disamping itu ada juga sebagian dari konsumen yang mengatakan bahwa produk yang dikeluarkan oleh Richeese Factory masih terlalu mahal, serta minuman yang kurang bervariasi rasa.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Mall Centre Point Medan.”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Mall Centre Point Medan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Mall Centre Point Medan?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Mall Centre Point Medan?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Mall Centre Point Medan?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup yang dikaji dalam penelitian ini maka Ruang Lingkup yang dikaji dibatasi sebagai berikut :

1. Variabel X1 : Kualitas Produk
Variabel X2 : Harga
Variabel X3 : Promosi
Variabel Y : Kepuasan Pelanggan

2. Objek Penelitian : Richeese factory Mall Centre Point Medan
3. Tahun Pengamatan : 2018 – 2019

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Mall Centre Point Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Mall Centre Point Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Mall Centre Point Medan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Mall Centre Point Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran, khususnya yang terkait dengan kualitas produk, harga, dan promosi yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Mall Centre Point. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah masukan yang positif bagi perusahaan yang bersangkutan, yakni Richeese Factory Mall Centre Point Medan dalam mengambil kebijakan untuk menjalankan bisnisnya, khususnya yang berhubungan dengan kualitas produk, harga, dan promosi, sehingga kepuasan pelanggan Richeese Factory tetap terjaga.

1.6. Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari peneliti yang dilakukan oleh Ramadhan Harahap (2017) dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP

KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN CEPAT SAJI KFC CABANG ASIA MEGA MAS MEDAN” [5].

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah:

1. Penelitian sebelumnya menggunakan Kualitas Produk sebagai variabel X dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Y, sedangkan penelitian ini menggunakan Kualitas Produk, Harga dan Promosi sebagai variabel X dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Y. Peneliti menambahkan variabel harga dan promosi dikarenakan Richeese Factory memberikan harga yang sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan produk lain sejenisnya dengan promosi yang hanya melalui media sosial secara rutin, sehingga tidak mengurangi minat pelanggan serta menambah rasa ingin tau akan sensasi rasa dari Richeese Factory. Harga merupakan aspek yang tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli. Bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pembelian produk, kerap kali harga menjadi satu-satunya faktor yang bisa mereka mengerti. Tidak jarang pula harga dijadikan semacam indikator kualitas [6]. Konsumen cenderung lebih memperhatikan kesesuaian harga dengan produk yang dibelinya. Adapun promosi merupakan salah satu usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa [7]. Promosi yang dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh masyarakat dapat memicu minat konsumen untuk mencoba produk yang dipromosikan. Hal ini yang menjadi alasan sehingga peneliti menambahkan variabel harga dan promosi untuk diteliti dalam penelitiannya.
2. Objek Penelitian sebelumnya mengambil study kasus pada pelanggan restoran KFC Cabang Asia Megamas Medan, sedangkan penelitian ini mengambil study kasus pada Pelanggan Richeese Factory Mall Centre Point Medan.
3. Periode penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2017, sedangkan pengamatan ini dilakukan pada tahun 2018 – 2019.