

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Hal ini menjadi tantangan bagi setiap perusahaan baik itu perusahaan berskala kecil maupun berskala besar seperti PT. Fast Food, Tbk untuk terus melakukan inovasi dalam setiap perubahan yang diberikan. Untuk bisa mengatasi persaingan yang semakin ketat banyak perusahaan telah melakukan berbagai cara agar tetap bertahan menjadi yang terbaik. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya.

Dengan adanya pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, maka akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu tidaklah heran dimana sekarang ini banyak perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan Tjiptono (2004:145).

KFC merupakan salah satu restoran cepat saji yang menyajikan produk ayam dan produk lain yang berkaitan dengan daging ayam. Banyaknya restoran cepat saji, akan menimbulkan persaingan dalam menyajikan produk yang berkualitas dan disukai masyarakat. *KFC* harus menyadari betul tentang persaingan ini, *KFC* harus menyajikan kualitas tenaga kerja dan pelayanan yang baik jika mereka tidak menginginkan konsumennya pindah ke restoran lain. Namun, akhir-akhir ini banyak yang mengatakan bahwa pegawai *KFC* tidak memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Padahal dari kualitas tenaga kerja dan pelayanan inilah berdampak pada kepuasan konsumen dan peningkatan penjualan perusahaan.

PT. Fast Food, Tbk juga memiliki beberapa keunggulan khusus di banding perusahaan cepat saji lainnya. Kita bisa lihat bahwa saat ini di antara semua merek cepat saji di seluruh Indonesia, *KFC* memegang predikat sebagai ayam goreng paling enak versi berbagai survei konsumen di Indonesia. Ini membuktikan PT. Fast Food, Tbk memberikan produk yang terbaik untuk semua konsumennya.

PT. Fast Food, Tbk memberikan pelayanan dan fasilitas yang cukup bagus. Fasilitas dan pelayanan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Adanya koneksi *WIFI*,
2. Ruangan khusus para perokok,
3. Tempat parkir untuk menyimpan kendaraan para pengunjung *KFC*,
4. Keramahan pelayanan yaitu merupakan sikap yang ditampilkan oleh pelayan kepada konsumen selama proses pembelian,
5. Penampilan pelayanan adalah pakaian yang dikenakan karyawan berupa seragam yang bersih dan sopan,

6. Kecepatan transaksi adalah kecepatan kasir dalam melayani pembayaran konsumen,
7. Kebersihan restoran meliputi kebersihan ruangan tempat makan, toilet dan wastafel,
8. Dekorasi ruangan adalah hiasan dinding atau hiasan gantung yang berada di ruangan tempat makan,
9. Temperatur ruangan di artikan sebagai suhu ruangan yang memberikan kenyamanan bagi konsumen,
10. Kecharuman ruangan adalah kecharuman yang tercium di sekitar ruangan makan,
11. Musik adalah alunan musik yang dapat didengar oleh konsumen pada saat berada di *KFC*,
12. Kemasan bawa pulang adalah bungkus yang digunakan apabila konsumen membeli produk di *KFC* untuk dibawa pulang.

Dengan berbagai pelayanan dan fasilitas di atas menjadikan setiap konsumennya kembali datang membeli produk serta merekomendasikan kepada teman yang lain. Atas uraian masalah di atas membuat penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Tenaga Kerja dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Fast Food, Tbk di Jl. Adam Malik No. 5/7 Medan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Seperti yang telah dijelaskan, kualitas tenaga kerja dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di suatu perusahaan. Tenaga kerja yang berkualitas serta handal mempengaruhi kuantitas pelanggan yang datang untuk beli dan beli lagi. Begitu pula dengan kualitas pelayanan yang di berikan, maka konsumen akan merasakan kepuasan yang bisa dibagikan kepada yang lain dan berpengaruh terhadap omset perusahaan. Dari latar belakang masalah yang

dipaparkan di atas maka dapat penulis simpulkan rumusan masalah yang berkaitan dengan judul adalah :

Apakah kualitas tenaga kerja dan pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen PT. Fast Food, Tbk “KFC” di Jl. Adam Malik no. 5/7 Medan ?

1.3. Ruang lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah kualitas tenaga kerja dan pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen yaitu tenaga kerja (X_1) dan pelayanan (X_2) serta variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y). Objek penelitiannya adalah konsumen PT. Fast Food, Tbk. “KFC” di Jl. Adam Malik no. 5/7 Medan. Periode pengamatan data penelitian pada bulan Mei-Juli tahun 2015.

1.4. Tujuan Penelitian

Berangkat dari perumusan masalah diatas, maka penelitian ini mempunyai tujuan yaitu :

Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas tenaga kerja dan pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen PT. Fast Food, Tbk “KFC” di Jl. Adam Malik no. 5/7 Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat teoritis

1. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi konsumen yang ingin membeli produk *KFC*.
2. Memberi tambahan bukti empiris tentang hubungan antara kualitas tenaga kerja, pelayanan, kepuasan konsumen yang diharapkan bisa menjadi dasar penelitian lebih lanjut.
3. Memberi tambahan informasi mengenai hubungan antara kualitas tenaga kerja, pelayanan dan kepuasan bagi peneliti yang lain.
4. Memberikan tambahan informasi terhadap penulis mengenai kualitas tenaga kerja dan pelayanan yang di berikan.

b. Manfaat Praktis

Menjadi pertimbangan dan masukan bagi pihak manajemen PT. Fast Food, Tbk untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas tenaga kerja dan pelayanan serta menentukan kebijakan yang berkaitan demi terciptanya kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.