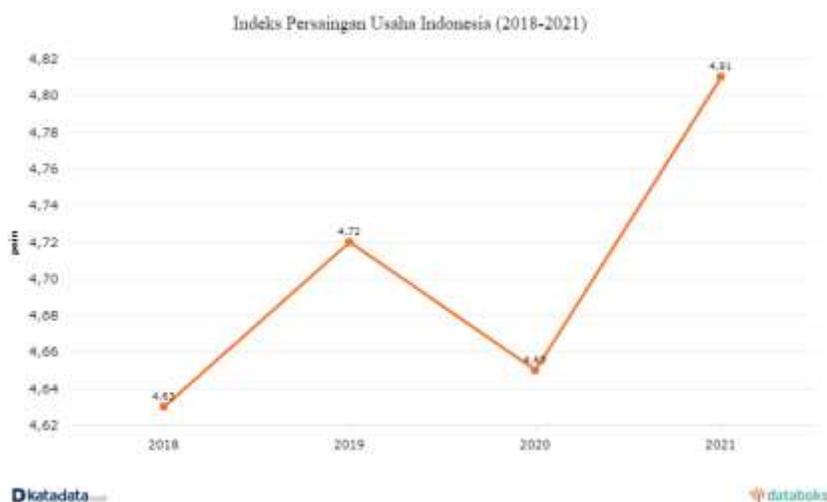


BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertarungan industri bisnis dari tahun ke tahun sangat ketat. Para pebisnis harus berinovasi agar bisnisnya tidak ketinggalan oleh canggihnya teknologi dan perkembangan zaman (Adhiat, 2022). (Saranggih, 2021) Tahun ini, indeks daya saing usaha di Indonesia mengalami peningkatan dibandingkan tahun lalu, dari 4,67 pada 2020 menjadi, 4,81 (sindonews.com 2021). Hal ini menjadi perhatian bagi perusahaan dalam mengembangkan usahanya dengan berbagai cara untuk bersaing dengan para pesaingnya. Setiap wirausahawan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Tentu para pebisnis juga tidak hanya memikirkan bagaimana cara mendapat pelanggan sebanyak-banyaknya tetapi mereka juga memikirkan bagaimana cara agar pelanggan dapat loyal terhadap produk yang mereka tawarkan.

Gambar I. 1 Indeks Persaingan Usaha Indonesia (2018-2021)



Sumber diolah oleh peneliti

Makanan cepat saji mulai dari lalu hingga saat ini terjadi persaingan yang signifikan persaingan restoran makanan cepat saji. (Saranggih, 2021) berdasarkan pemerintah kuartal II/2021 industri makanan cepat saji di dalam negeri meningkat sebanyak 0,5% meningkat dibanding sebelumnya (binsis.com 2021). Pada Jabodetabek pelanggan dapat memilih restoran *fast food* karena banyak sekali macam yang tersedia.

Tidak hanya itu, para pemilik restoran harus mampu bersaing secara kompetitif memasarkan produk mereka agar terciptanya suatu perasaan yang disebut *customer satisfaction*. Kepuasan sendiri diperoleh konsumen jika mendapatkan yang diharapkan. Pemilik usaha dituntut untuk memiliki kualitas produk yang baik, harga yang bersaing, dan fasilitas yang unggul, sehingga tercapainya kepuasan pelanggan. Konsumen yang pernah membeli dan puas tentu akan menawarkan produk ke orang lain. ini beberapa restoran *fast food* terbaik menurut *Top Brand Index*, yaitu:

Yang awal oleh Kentucky Fried Chicken (KFC), posisi kedua ditempati oleh McDonald, dan selanjutnya Hoka-Hoka Bento, Burger King dan CFC. Data itu menunjukkan jikalau KFC adalah restoran *fast food* yang menerima pengurangan kepuasan pelanggan KFC di periode 2021 (Brand Top Award, 2019).

Dengan latar belakang ini, kita dapat mengatakan bahwa pelanggan puas dengan layanan yang diberikan dan dapat merekomendasikan produk kepada orang lain. *Customer satisfaction* yang dibayangkan dari konsumen,

kualitas pelayanan menjadi *factor* utama bagi konsumen agar *repurchase* sebuah produk. Lalu seberapa signifikan ke *repurchase intention*? Agar mendapatkan jawaban dari masalah diatas, peneliti melakukan *survey* yang berjudul “**Pengaruh Service Quality dan**

Customer Satisfaction terhadap Repeat Purchase Intention Makanan Cepat Saji di Jabodetabek”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *Service Quality* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repeat Purchase Intention* di Jabodetabek?
2. Apakah *Customer Satisfaction* terdapat pengaruh positif dan signifikan *Repeat Purchase Intention* di Jabodetabek?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penulisan

- a. Agar mendapatkan informasi hubungan antara kualitas layanan dan niat membeli kembali makanan cepat saji
- b. Agar mendapatkan informasi terhadap *customer satisfaction* dengan niat beli ulang produk makan cepat saji.

2. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi program studi DIII Manajemen Pemasaran dan para pembaca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

a. Bagi Penulis

Menerapkan teori yang diberikan selama pembelajaran sehingga dapat diimplementasikan kedalam penelitian yang dibahas.

b. Bagi Fakultas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber literatur akademik untuk memperdalam ilmu ekonomi dan administrasi bisnis, serta untuk menjadi bahan acuan penelitian berikutnya

c. Bagi Pembaca.

Diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah sehingga dapat digunakan untuk memperkuat teori variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan tingkat pembelian kembali.