BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka dapat memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kualitas pelayanan yang baik dan harga yang bersaing merupakan cara agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan untuk memenangkan persaingan atau kompetisi dalam dunia bisnis.

Untuk memaksimalkan kinerja bisnis di masa depan, perusahaan harus berfokus pada target dan segmen mereka saat ini. Merencanakan secara efektif untuk memenuhi aneka keperluan konsumen tepat pada waktunya dan memberikan konsumen berbagai keuntungan yang mereka inginkan.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti itu memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan

seksama keinginan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat seperti hubungan perusahaan dan para konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata konsumen, serta laba yang diperoleh dapat meningkat (Tjiptono, 2008: 87).

Di samping kualitas pelayanan, tinjauan terhadap harga juga penting, karena tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal (Tjiptono, 2008: 121). Harga ialah pengorbanan riil dan materiil yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk, dengan mempertimbangkan dan membanding-bandingkan harga sebelum membeli.

Apabila kualitas pelayanan sudah terbentuk dengan baik dan harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen maka akan terciptanya sebuah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu rahasia

keberhasilan suatu bisnis. Walaupun demikian, masih banyak perusahaan yang dengan sengaja atau tidak sengaja melupakan hal ini. Banyak kegagalan bisnis terjadi karena pelanggan dikecewakan sehingga mereka mencari alternatif ke produk sejenis lainnya.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya (Margaretha dalam Ardhana, 2010: 2). Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding para pesaingnya.

Persaingan restoran cepat saji (*fast food*) di Indonesia sangat ketat. Kentucky Fried Chicken (KFC) adalah salah satu restoran cepat saji (*fast food*) yang bersaing dengan para pesaingnya, yaitu Mc Donald's, A&W, Texas Fried Chicken, California Fried Chicken (CFC).

KFC sebagai salah satu restoran cepat saji (*fast food*) yang sudah melakukan strategi penjualan dengan memberikan kualitas yang baik dimata pelanggan serta harga menu yang terjangkau, akan tetapi kompetitornya pun melakukan hal yang sama sehingga membuat persaingan menjadi ketat dan

menciptakan banyak alternatif bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu, KFC juga merupakan salah satu perusahaan cepat saji yang sangat memfokuskan diri terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari visi dan misi KFC yaitu “KFC berkomitmen tinggi memberikan pelayanan yang sensasional guna mencapai kepuasan konsumen”. Guna mendukung visi dan misi tersebut, maka KFC mengeluarkan kartu “*It’s wow*”, yang dimana pelanggan atau konsumen dapat menuliskan segala keluhan atau komplain mereka mengenai KFC pada kartu “*It’s wow*” tersebut. KFC selalu melakukan survei untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dari hasil survei yang dilakukan oleh KFC cabang Kalimantan, terdapat beberapa keluhan atau komplain yang disampaikan oleh pelanggan KFC. Keluhan atau komplain tersebut adalah berupa (sumber: wawancara pada *assistant of store manager* KFC cabang Kalimantan):

1. Lambatnya pelayanan.
2. Kurangnya keramahan dalam melayani.
3. Kurangnya kesopanan dalam melayani.
4. Kurangnya kesediaan karyawan dalam membantu memilih menu makanan KFC.

Beberapa keluhan di atas menunjukkan bahwa terjadi ketidakpuasan bagi pelanggan KFC cabang Kalimantan mengenai kualitas pelayanan. Hal ini berarti KFC cabang Kalimantan belum dapat mencapai visi dan misi. Keluhan tersebut merupakan permasalahan yang terjadi pada KFC cabang Kalimantan. Selain itu, lokasi KFC yang berdekatan dengan kompetitor

yaitu Mc Donald's juga merupakan suatu permasalahan yang dihadapi. Melihat harga yang ditawarkan oleh KFC lebih mahal dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh Mcd dengan menu yang sama, merupakan masalah yang dihadapi juga oleh KFC. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini yang menunjukkan harga KFC dengan Mcd yang sudah termasuk oleh pajak.

Tabel 1.1
Perbandingan Harga KFC dengan Mc Donald's

Keterangan	Harga	
	KFC	Mc Donald's
Nasi + ayam + <i>soft drink</i>	Rp. 18.000,00	Rp. 16.500,00
Nasi + dua ayam + <i>soft drink</i>	Rp. 35.000,00	Rp. 31.000,00

Sumber: Data diolah peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan KFC khususnya KFC Cabang Kalimalang. Hal ini dikarenakan KFC cabang Kalimalang memiliki kompetitor yang lokasinya cukup berdekatan yaitu Mc Donald's. Permasalahan yang akan dihadapi oleh pelanggan adalah bagaimana memilih restoran *fast food* dengan menu utama paket nasi + ayam goreng (*fried chicken*) + *soft drink* yang sesuai dengan harapan mengingat bahwa pelanggan sekarang ini merupakan pelanggan yang kritis dan tergolong *smart customer* yang membutuhkan banyak pertimbangan sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk untuk mendapatkan suatu kepuasan.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA

TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) CABANG KALIMALANG .”

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis deskripsi kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan KFC cabang Kalimalang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Kalimalang?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Kalimalang?
4. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Kalimalang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui analisis deskripsi tentang kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan KFC cabang Kalimalang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Kalimalang

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Kalimalang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Kalimalang.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini, diharapkan akan memberikan beberapa manfaat bagi berbagai pihak. Beberapa manfaat yang diharapkan akan muncul karena adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, maka pengetahuan secara teoritis yang telah diperoleh pada saat perkuliahan dapat diterapkan dalam kehidupan nyata.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada PT Fastfood Indonesia, Tbk dalam menerapkan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

3. Manfaat Bagi Universitas

Sebagai bahan referensi di masa yang akan datang untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian.