

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner adalah salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang sedang berkembang dengan sangat pesat walaupun pada masa krisis. Hal ini dikarenakan pada dasarnya setiap manusia membutuhkan makanan dan juga makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang setiap harinya harus dipenuhi. Masyarakat Indonesia terutama penduduk yang tinggal di perkotaan sangat tertarik dan menyukai *fast food* seperti *hamburger, Kentucky, spaghetti, pizza, hot dog* dan masih banyak lainnya. Ketertarikan ini pada dasarnya disebabkan karena mobilitas masyarakat perkotaan yang semakin cepat dan menyukai segala sesuatu yang praktis, selain itu juga kegiatan masyarakat perkotaan yang setiap hari didukung dengan padatnya aktivitas di luar rumah sehingga tidak ada waktu untuk menyiapkan makanan.

Banyak orang menikmati kemudahan membeli dan mengonsumsi makanan dari restoran cepat saji ini. Banyaknya perusahaan di bidang makanan ini menjadikan setiap perusahaan untuk berlomba- lomba untuk menarik perhatian para konsumen. Restoran *fast food* ini memiliki kelebihan dan strategi masing- masing yang dapat menarik minat konsumen agar berkunjung dan membeli produk yang mereka tawarkan. Kondisi tersebut mengakibatkan pelanggan akan dihadapkan dengan banyak pilihan produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan senantiasa mencari nilai yang paling tinggi diantara beberapa produk yang ditawarkan.

Meningkatkan kualitas pelayanannya adalah salah satu cara sebuah perusahaan *fast food* agar dapat bertahan dan bisa menjadi unggul diantara para pesaingnya untuk mendapatkan posisi terbaik di hati pelanggan. Para pelaku usaha juga harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik agar bisa memuaskan pelanggannya antara lain dari segi kemudahan untuk mendapatkan pelayanan, keramahan petugas customer service dan pelayanan yang cepat. Kualitas makanan juga menjadi standar penting bagi pelanggan untuk kembali menikmati makanan yang disediakan oleh restoran cepat saji. Maka dari itu, seorang pelanggan yang sudah loyal akan menjadi aset yang sangat berharga bagi suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan juga menjadi salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang merasa puas akan cenderung menjadi pelanggan yang loyal.

McDonald's merupakan salah satu restoran makanan cepat saji atau *fast food* yang menawarkan berbagai makanan cepat saji. Makanan dan minuman yang ditawarkan juga sangat bervariasi seperti: *burger, french fries, fried chicken* dan sebagainya sehingga semakin memanjakan pelanggan dengan pilihan menu yang disediakan. McDonald's saat ini berkembang menjadi perusahaan waralaba restoran *fast food* yang hadir di hampir setiap Negara di duni. McDonald's bahkan mampu menciptakan *trend* restoran cepat saji dan gaya hidup baru di kalangan masyarakat global.

Di Indonesia sendiri semakin banyak bermunculan restoran cepat saji McDonald's. Di Malang sendiri restoran cepat saji McDonald's ini terdapat 5 restoran, di antara lain McDonald's Sarinah, McDonald's Lowokwaru, McDonald's Sunandar Priyo, McDonald's Arjosari dan McDonald's Veteran. McDonald's adalah restoran cepat saji yang dikenal dengan menu burger tetapi dengan berjalannya waktu McDonald's juga mengeluarkan menu ayam crispy, ayam pedas, *happy meal* dan lainnya. McDonald's juga menjadi salah satu restoran cepat saji yang sangat familiar di telinga masyarakat, karena lokasi restoran cepat saji ini yang gampang dicapai oleh semua masyarakat, sehingga mereka dengan mudah mengunjungi restoran cepat saji ini. Dari setiap cabang McDonald's yang ada di Kota Malang ini semua cabang mendapatkan rating tertinggi karena jumlah pelanggannya yang banyak dan lokasi yang sangat mudah dijangkau bagi pelanggan.

McDonald's sendiri selalu dicari oleh masyarakat baik itu para pekerja ataupun pelajar karena keinginan yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan masyarakat di zaman modern ini. McDonald's saat ini melakukan berbagai cara untuk memberikan pelayanan terbaik untuk bersaing dengan kompetitornya, dengan cara memberikan pelayanan yang sangat baik dan ramah, selain itu juga memberikan harga yang cocok untuk semua kalangan tetapi dengan kualitas produk yang tinggi dan selalu promosi dengan cara McDonald's tersendiri. Dengan kondisi saat ini McDonald's berusaha selalu memenuhi kebutuhan konsumen. Tidak dapat diragukan lagi McDonald's, dengan adanya kesempatan yang sangat baik ini dan pihak McDonald's memanfaatkan kesempatan yang ada ini. Walaupun McDonald's sudah dikenal masyarakat luas, McDonald's saat ini tidak boleh terlalu merasa puas dan berbangga diri terlebih dahulu, karena dengan berjalannya waktu semakin banyak usaha restoran cepat saji yang ada.

Strategi yang cocok untuk bertahan di persaingan dunia usaha saat ini adalah dengan mempertahankan loyalitas pelanggannya. Loyalitas pelanggan sangat penting dalam perusahaan dan juga menjadi salah satu peran yang utama dalam sebuah perusahaan. Mempertahankan loyalitas para pelanggan juga dapat meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan perusahaan tersebut, oleh sebab itu loyalitas pelanggan sangat dibutuhkan dalam mempertahankan sebuah bisnis. Dengan adanya perkembangan teknologi, maka akan meningkat juga persaingan antar perusahaan, khususnya dalam hal pelayanan konsumen dan promosi penjualan agar memperoleh loyalitas pelanggan.

McDonald's melakukan beberapa suatu perubahan, agar bisa mengubah persepsi konsumen terhadap produk. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, McDonald's memberikan pelayanan yang baik untuk para pelanggan. McDonald's kini melakukan perubahan dari segi pelayanannya, tampilan, menu dan teknologi. Dalam sistem layanan pemesanan McDonald's mengubahnya menjadi sistem baru yaitu dengan *self ordering*. Perubahan dalam layanan pemesanan ini menggabungkan dengan teknologi yang ada. *Self ordering* ini sendiri juga merupakan efektifitas dalam pelayanan pemesanan. Memperbaharui pelayanan yang baru dan sistem untuk memesan produk McDonald's dengan canggih merupakan perubahan yang berbeda di area makan di tempat atau *dine in*. dari cara pemesanan hingga nuansa yang berbeda. Dengan melakukan pembaharuan besar-besaran, McDonald's berupaya menjadi perusahaan restoran cepat saji *modern* dan *progresif*. Sebelum

adanya perubahan layanan pemesanan, pelanggan yang ingin memesan pesanan yang diinginkan harus mengantri dan menunggu. Maka dari itu McDonald's menerapkan perubahan dalam pelayannya pemesanan makanan dengan cara *self ordering* tanpa harus mengantri dan menunggu lama untuk memesan makanannya, sehingga konsumen bisa dengan cepat menikmati makanannya tanpa harus membuang waktu lama untuk mengantri lagi.

McDonald's menciptakan loyalitas pelanggan dengan cara mengikat konsumen secara emosional. Iklan-iklan yang biasanya dikeluarkan oleh perusahaan McDonald's ini tidak hanya sekedar menjual dan memperkenalkan produk mereka. Banyak pesan-pesan yang disampaikan berkaitan dengan emosional benefit produk tersebut, jadi McDonald's menciptakan iklan bukan hanya sekedar promosi tapi juga dikaitkan dengan unsur emosional iklan yang disampaikan.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, tentu akan meningkatkan persaingan antar usaha, khususnya dalam sistem pelayanan konsumen dan promosi penjualan demi memperoleh loyalitas pelanggan. Dengan adanya aplikasi *online shop* sudah menjadi minat bagi para masyarakat yang menginginkan kemudahan dalam menikmati produk berbagai jenis makanan dan minuman yang dijual di fitur McDonald's. McDonald's sendiri didefinisikan sebagai suatu tindakan menjual produk makanan dan minuman melalui layanan aplikasi McDonald's internet. Dengan adanya fitur aplikasi McDonald's, menciptakan perubahan dalam sistem dagang dimana pelaku dagang atau ekonomi tidak harus bertatap muka langsung untuk dapat melakukan transaksi.

Kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi pelanggan dan kepuasan pelanggan. Karena dengan pelayanan yang memberikan kesan baik untuk pelanggan bisa membuat para konsumen merasa penting dan sangat nyaman saat mereka ingin membeli produk McDonald's ini. Kualitas pelayanan yang optimal dan sesuai dengan harapan para pelanggan terhadap produk restoran dapat meningkatkan citra perusahaan. Jika kualitas pelayanan dilakukan secara baik, maka akan muncul loyalitas pelanggan dengan sendiri. Jika loyalitas pelanggan ini sudah muncul, maka biasanya para konsumen tidak ragu dengan kualitas produk mereka dan harga yang diberikan pada produk mereka.

McDonald's membangun *Brand* untuk menciptakan loyalitas pelanggan dengan cara mengikat konsumen secara emosional yang artinya McDonald's membangun *awareness* dengan iklan. Iklan-iklan di McDonald's tidak hanya sekedar menjual produk. Ada pesan-pesan yang disampaikan berkaitan dengan emosional benefit produk, jadi produk ini bukan hanya mengenyangkan tapi dikaitkan dengan unsur emosional. Pesan yang disampaikan diingat penting, lalu McDonald's memastikan karyawannya dapat melayani dengan memberikan pengalaman yang menyenangkan.

Kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi pelanggan dan kepuasan pelanggan. Karena pelayanan yang baik bagi pelanggan sangat penting untuk kenyamanan pelanggan pada saat ingin membeli. Kualitas pelayanan yang optimal sesuai dengan harapan pelanggan terhadap produk restoran, meningkatkan citra restoran dan memungkinkannya untuk terus berkembang.

Faktor harga melalui bauran pemasarannya adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan. Harga yang ditawarkan harus sepadan dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Jika harga yang ditawarkan sepadan maka pelanggan akan memiliki pengalaman yang berkesan baik terhadap perusahaan tersebut, sehingga mereka akan terus mengulang untuk membeli produk tersebut.

Promosi merupakan bagian dari aktivitas pemasaran dimana pemasar melakukan komunikasi pemasaran seperti menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk serta mengingatkan target pasar atas perusahaan dan produknya agar pelanggan bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi adalah salah satu faktor penting dalam pemasaran karena bertujuan untuk menarik pembeli berpotensi beli produk. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk membentuknya. Kegiatan promosi yang jelas dan menarik yang dapat dipahami konsumen informasi yang disampaikan dan kepentingan pelanggan yang berminat.

Loyalitas pelanggan adalah bentuk wujud kesetiaan konsumen untuk menggunakan suatu produk atau jasa secara berulang kali atau terus menerus, karena memiliki kepuasan tinggi terhadap produk dan jasa yang digunakan akan cenderung timbul rasa untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain untuk mengunjunginya lagi.

Dengan melihat permasalahan yang dikemukakan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mendeskripsikan tentang “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MCDONALD’S”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan dibawah ini :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada McDonald's?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di McDonald's
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di McDonald's
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan di McDonald's

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan dapat bermanfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis.

Manfaat- manfaat sebagai berikut:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperluas pengetahuan dibidang pemasaran yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi persepsi kualitas pelayanan, harga dan promosi.

##### **b. Bagi STIE Malangkecewara**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi perpustakaan STIE Malangkecewara yang berguna bagi peneliti dan pembaca serta dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan.