

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada perkembangan bisnis saat ini banyak terjadi suatu perubahan dan perkembangan teknologi yang lebih modern dan menimbulkan banyak persaingan dalam bisnis, yang mengharuskan pelaku bisnis melakukan pengembangan di bisnisnya sehingga dapat bersaing dan bertahan dengan adanya kompetitor. Jika tidak mampu mengikuti perkembangan saat ini di khawatirkan perusahaan akan semakin tertinggal dengan perusahaan lain, karena tidak mampu bersaing. Dengan banyaknya perubahan saat ini menyebabkan pola hidup masyarakat berubah yang lebih menyukai segala sesuatu yang lebih instan dan praktis. Perubahan pola hidup yang saat ini terjadi dapat menjadi peluang bisnis serta menjadi tantangan yang besar bagi pembisnis.

Hal yang terjadi saat ini adalah masyarakat lebih memilih segala sesuatu yang serba instan dan praktis, seperti salah satu contohnya yaitu makanan cepat saji yang sering dikenal dengan fastfood untuk menjadi salah satu cara memenuhi kebutuhan primer masyarakat, para pelaku bisnis menjadikan kondisi tersebut sebagai peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Salah satu perusahaan yang mengambil peluang bisnis tersebut adalah restoran cepat saji Has Fried Chicken (HFC). Dengan mengisi peluang tersebut sangat memungkinkan dengan melihat kebiasaan masyarakat yang lebih menginginkan suatu hal yang instan dan praktis.

Permasalahan yang sering terjadi adalah bagaimana cara membuat konsumen merasa puas dengan produk yang di jual di restoran cepat saji Has Fried Chicken (HFC). Dengan itu perusahaan menerapkan strategi-strategi untuk mencapai kesuksesan produk dengan menggunakan strategi harga yang terjangkau, Kualitas produk yang terbaik dan kualitas pelayanan yang memuaskan, dengan strategi tersebut diharapkan membuat Has Fried Chicken lebih diminati dan konsumen merasa puas.

Kepuasan konsumen adalah hal yang paling penting, karena jika konsumen merasa puas dengan pelayanan dan produk tersebut maka dengan itu produk yang di tawakan akan berada di posisi terbaik dipasar. Apa yang menjadi harapan dan keinginan konsumen merupakan faktor utama yang harus di pertimbangkan perusahaan dalam menyusun kebijakan di bidang pemasarannya. Hal ini bertujuan agar konsumen akan kembali dan terus membeli produk yang ditawarkan Has Fried Chicken \*

Pada umumnya konsumen akan merasa puas jika apa yang diharapkan sesuai dengan apa yang diinginkan. Jika kinerja sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen akan merasa puas dan jika kinerja tidak sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen akan merasa tidak puas. Konsumen membentuk ekspektasi terhadap produk-produk yang dijual oleh HFC adalah dengan pengalaman pembelian dimasa lalu, nasihat teman atau rekan serta informasi dari berbagai pihak.

Fenomena yang terjadi pada kepuasan konsumen restoran cepat saji Has Fried Chicken yaitu kurang puasnya konsumen terhadap pelayanan konsumen

sehingga tidak jarang konsumen yang sudah membeli produk di restoran cepat saji Has Fried Chicken tidak membeli produknya lagi dikarenakan tidak puas terhadap produk dan jasa yang ditawarkan masih belum sesuai dengan harapan konsumen . Menurut Kotler dan Keller (2014:138) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor terpenting juga dalam memenuhi kepuasan konsumen, dimana konsumen akan menilai suatu produk itu baik jika sesuai selera dan keinginan, serta penggunaannya mudah tidak membuat konsumen merasa sulit. Dari penilaian tersebut jika suatu produk memiliki kualitas yang baik akan membuat konsumen merasa puas dan jika melebihi ekspektasi maka konsumen akan merasa sangat puas. Sebaliknya dengan kualitas produk yang buruk konsumen akan merasa kecewa dan tidak akan menggunakan produk yang sama lagi bahkan akan berpindah ke produk lain.

Fenomena yang terjadi di kualitas produk yang ditawarkan adalah adanya beberapa konsumen yang tidak puas dengan kualitas produk yang ditawarkan Has Fried Chicken. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara (pra research) dengan beberapa konsumen Has Fried Chicken , Hasil wawancara mengatakan bahwa sebagian konsumen merasa kualitas produk sangat memuaskan tetapi ada juga sebagian mengatakan produk yang ditawarkan kurang memuaskan, sedangkan pihak Has Fried Chicken sudah membuat kualitas produk yang memuaskan. Alasan ketidakpuasan konsumen adalah masalah rasa terkadang

rasanya tidak sesuai dengan selera yang di inginkan konsumen serta rasanya tidak konsisten atau berubah-ubah. sehingga konsumen merasa tidak puas dengan produk yang dibeli. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:272) kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasaran.

Harga juga merupakan hal yang terpenting dalam pemasaran, harga yang terjangkau dapat menjadi pemicu meningkatkan kinerja pemasaran . Harga juga berpengaruh kepada keputusan pembelian, kebanyakan orang berpendapat bahwa semakin mahal harga suatu produk maka kualitasnya semakin bagus. Jika konsumen sudah menyukai produk yang di jual maka tidak akan mementingkan seberapa mahal harga barang yang mereka inginkan. Penetapan harga yang pas akan menentukan niat beli konsumen terhadap produk HFC dan menentukan seberapa puas akan harga yang ditawarkan. Pada hal ini harga bersifat fleksibel, artinya harga merupakan elemen yang paling mudah diubah dan diadaptasikan dengan dinamika pasar.

Fenomena yang terjadi pada harga produk yang dijual di restoran cepat saji Has Fried Chicken adalah dengan harga yang mahal biasanya konsumen berpikir bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik dan apabila harga yang murah konsumen masih meragukan kualitas produknya. Menurut Kotler dan Keller (2014:101) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa.

Kualitas pelayanan dibedakan menjadi dua jenis yaitu kualitas pelayanan yang baik serta kualitas pelayanan yang buruk. Dalam hal ini kualitas pelayanan bersifat fleksibel atau tidak kaku atau dapat dirubah , perubahan ini

dapat berupa peningkatan kualitas pelayanan yang semakin lebih baik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Fenomena yang terjadi pada kualitas pelayanan di restoran cepat saji Has Fried Chicken ini adalah kurang ketepatan dalam melayani konsumen, hal ini dikarenakan pelayanan dalam membuat dan menyiapkan pesanan konsumen kurang cepat dan cermat sehingga membuat konsumen menunggu lama serta dalam para pelayan dalam merespon keluhan konsumen kurang cepat dan sigap .

Penilaian kualitas pelayanan ditentukan oleh pengguna barang atau jasa layanan tersebut dalam hal ini berarti konsumen dari Has Fried Chicken. Konsumen akan menilai dengan membandingkan pelayanan yang akan mereka terima dengan yang mereka harapkan. Untuk itu pelayanan dapat ditentukan melalui suatu usaha agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan-harapan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2014:143) kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Apriliani Isnandari dan Sunatri yang berjudul Pengaruh Harga,Kualitas Produk,StoreAtmosphere terhadap Kepuasan Konsumen survei pada Java Dancer Coffee (2018), menyatakan bahwa harga,kualitas produk dan store atmosphere memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan Penelitian yang di lakukan oleh Akbar Dwi Yulianto yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kentucky Fried Chicken (KFC) Surabaya (2017),

menyatakan bahwa harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan Penelitian yang di lakukan oleh Brigitte Tombeng, Ferdy Roring, Farlane S. Rumokoy yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado (2019), menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN CEPAT SAJI HAS FRIED CHICKEN (HFC) BEKASI.**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang menjadi bahan penelitian adalah pemilik bisnis yang harus dapat meningkatkan produknya agar konsumen tahu bahwa produk Has Fried Chicken memiliki keunggulan kualitas produk yang baik yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga dapat memberikan kepuasan konsumen terhadap produknya yang berkaitan dengan harga,

kualitas produk,dan kualitas pelayanan. Berdasarkan uraian diatas maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran cepat saji Has Fried Chicken (HFC) Bekasi?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran cepat saji Has Fried Chicken (HFC) Bekasi?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran cepat saji Has Fried Chicken (HFC) Bekasi?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran cepat saji Has Fried Chicken (HFC) Bekasi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran cepat saji Has Fried Chicken (HFC) Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada restoran cepat saji Has Fried Chicken (HFC) Bekasi.

3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pada restoran cepat saji Has Fried Chicken (HFC) Bekasi.
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran cepat saji Has Fried Chicken (HFC) Bekasi.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan berkaitan dengan adanya penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis, sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana ekonomi—Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Bagi Perusahaan, sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam mengambil keputusan untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memperhatikan factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga perusahaan dapat menarik konsumen dan meningkatkan penjualan.
3. Bagi Pihak lain, sebagai bahan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dibidang pemasaran.