

## BAB I

### PENDAHULUAN

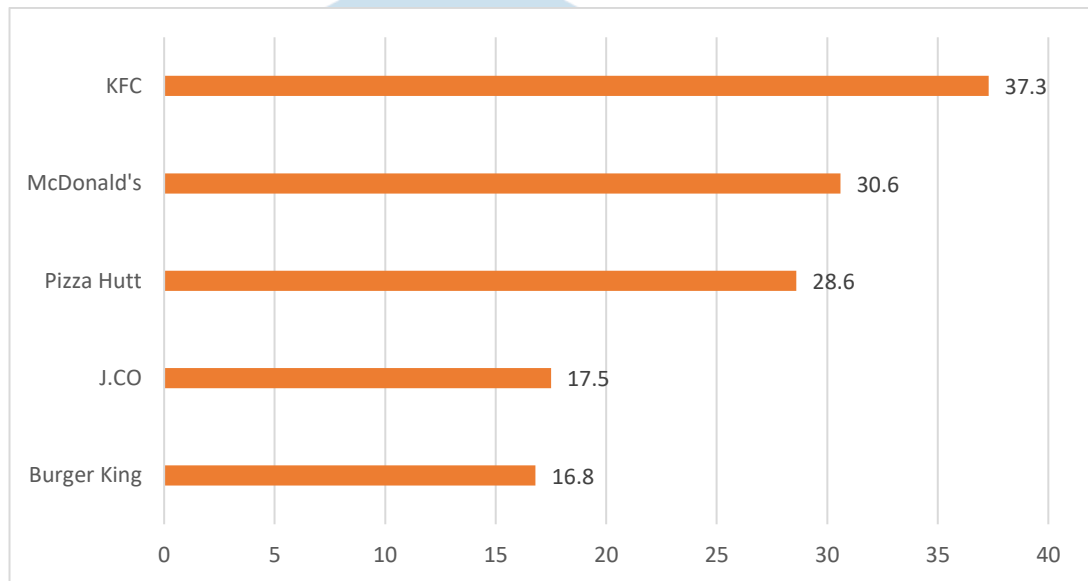
#### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini perkembangan dunia usaha serta bisnis tumbuh dengan sangat pesat membuat adanya peluang dan juga tantangan. Hal tersebut diikuti dengan pola hidup manusia yang bergerak dengan cepat membuat manusia menginginkan sesuatu barang hingga makanan dengan cara yang *instant*. Sehingga tidak heran apabila masyarakat zaman sekarang lebih suka mengonsumsi *fast food*. Menurut Daulay (2014), masyarakat menyukai *fast food* dikarenakan kepraktisan mulai dari waktu, rasa hingga harga yang terjangkau.

Perkembangan zaman akan membawa perubahan pada gaya hidup, pola dan kebutuhan masyarakat pada saat ini. Banyaknya restoran yang menyediakan *fast food* juga mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Salah satu konsumen *fast food* yang paling banyak adalah generasi milenial. Generasi milenial atau yang bisa disebut juga “gen Y” adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1980-2000. Jika didasarkan pada *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi ini lahir di era munculnya teknologi yang canggih. Generasi ini sangat berpengaruh pada industri makanan cepat saji, dalam hal ini milenial merupakan konsumen inti *fast food* (Kompas,2016).

Jenis *fast food* yang banyak disukai adalah *fast food* yang ada di restoran-restoran seperti *hamburger, pizza, fried chicken, French Fries Potatoes*, serta *softdrink* karena jenis ini memiliki cita rasa yang lezat dan enak, penampilan luar yang menarik perhatian yang menggugah selera dan secara ekonomi memiliki harga yang relatif terjangkau membuat konsumen tergiur untuk mengkonsumsinya terlebih bagi generasi millennial. Semakin berjalannya waktu banyak bermunculan beraneka macam restoran cepat saji, untuk itu setiap restoran harus mampu menggaet atau mempertahankan pelanggan setianya agar mampu bertahan dalam persaingan di industri makanan di Indonesia.

Hampir semua warga dunia menyukai menu makanan dan minuman dari restoran cepat saji. Sekarang ini hampir setiap kota di Indonesia terdapat restoran cepat saji. Berikut ini berdasarkan survei yang dilakukan YouGov peringkat merek QSR Indonesia dihitung pada 1 Maret 2020 hingga 28 Februari 2021 sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Peringkat Merek

(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>, diakses 25 April 2022)

Pada data di atas menunjukkan peringkat merek terpopuler yang dilakukan oleh YouGov pada tahun 2021 dimana peringkat pertama ditempati oleh KFC, kedua ditempati oleh McDonald's, peringkat ketiga ditempati oleh Pizza Hutt, keempat dan kelima ditempati oleh J.CO dan Burger Kings.

Pertumbuhan restoran cepat saji di negara Indonesia bisa dikatakan mengalami pertumbuhan yang cukup stabil yaitu kisaran 10% sampai dengan 15% setiap tahunnya. (sumber: <https://ekonomi.bisnis.com>) Perusahaan makanan cepat saji barat harus lebih memperhatikan harga, kualitas layanan, kualitas makanan serta lingkungan fisik. Persepsi Harga memainkan peran penting dalam menggaet pelanggan. Harga adalah salah satu sumber pendapatan yang bagi suatu perusahaan. Kotler dkk (2019) Harga harus memiliki nilai yang seimbang dengan posisi

penawaran yang dirasakan. Harga yang terjangkau memiliki nilai yang positif bagi pelanggannya. Namun harga yang terjangkau saja masih belum cukup, harus disertai dengan kualitas makanannya. Selain itu juga harus didukung dengan kondisi lingkungan fisik, dimana harus memiliki suasana yang nyaman, penataan ruangan yang bagus serta pencahayaan ruangan, serta layanan yang diberikan restoran dalam melayani pelanggannya. Dimensi kualitas ini dapat menentukan nilai kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan (*service quality*) merupakan suatu komponen penting bagi setiap lini perusahaan yang harus diterapkan, tidak terkecuali bagi industri makanan cepat saji di Indonesia, diharapkan hal ini akan menjadi jaminan mutu bagi perusahaan makanan, sehingga akan membuat konsumen menjadi yakin ketika membeli produk. Selain kualitas layanan perusahaan makanan cepat saji juga harus memperhatikan harga, kualitas makanan, dan kualitas lingkungan.

Lingkungan bisnis yang sangat kompetitif di sektor restoran membuatnya penting untuk perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan agar dapat bertahan dalam jangka panjang. Kepuasan pelanggan adalah faktor penting untuk bisnis restoran karena dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan biaya yang relatif rendah untuk perusahaan (Shariff *et al.*, 2015) Pentingnya kepuasan pelanggan sangat disadari bagi sebagian besar perusahaan. Untuk mencapai kepuasan pelanggan di dalam bisnis restoran, ada banyak cara yang bisa digunakan, antara lain menjual makanan dan minuman yang berkualitas dan berinovasi, memberikan layanan yang terbaik, dan juga memperhatikan suasana restoran. Ketika sebuah perusahaan mampu membuat pelanggan merasa puas akan apa yang ia dapatkan dari perusahaan tersebut nantinya pelanggan akan merasa bahagia dan akan berkunjung kembali.

Kebahagiaan identik dengan sebagai suasana hati dan pengalaman hidup yang menyenangkan. Zhong dan Moon (2020) Melalui pengalaman bersantap yang baik, pelanggan dapat meningkatkan kualitas hidup mereka dan meningkatkan kebahagiaan. Namun, kebahagiaan diasumsikan untuk menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan dapat meningkatkan kualitas hidup

masyarakat. Seseorang akan lebih berbahagia ketika mendapatkan pengalaman yang menyenangkan. Begitu juga sebaliknya, ketika seseorang kecewa dengan pengalamannya, seperti tidak mendapatkan makanan yang sesuai dengan yang diinginkannya, hal ini akan membuat kebahagiaan menurun.

Loyalitas pelanggan timbul ketika pelanggan memiliki perasaan yang cocok dengan perusahaan tersebut. Loyalitas pelanggan muncul bukan secara instan melainkan harus adanya pengalaman membeli yang berlangsung cukup lama. Ketika loyalitas pelanggan telah didapatkan maka memiliki keunggulan kompetitif bagi suatu restoran atau organisasi manapun. Oleh karena itu, banyak kriteria akan menjadi perhatian ketika membuat keputusan untuk restoran yang meliputi paket produk, paket layanan dan lainnya. Faktor itu mempengaruhi loyalitas pelanggan harus dipahami oleh semua industri restoran terutama karena makanan cepat saji itu dapat memenuhi permintaan pelanggan dan mengarah untuk mendapatkan lebih banyak pendapatan untuk restoran.

Penelitian ini merupakan replikasi dari Yongping Zhong and Hee Cheol Moon (2020), meneliti mengenai *What Drives Customer Satisfaction, Loyalty, and Happiness in Fast-Food Restaurants in China? Perceived Price, Service Quality, Food Quality, Physical Environment Quality, and the Moderating Role of Gender*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, makanan, pelayanan, dan kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang dirasakan bisa secara signifikan mempengaruhi penilaian pelanggan tentang dimensi kualitas restoran. Apalagi pelanggan kepuasan dan kebahagiaan bisa menimbulkan rasa loyalitas. Kebahagiaan berfungsi sebagai mediator antara kepuasan dan loyalitas. Meskipun demikian, temuan kami menunjukkan bahwa persepsi pelanggan tentang makanan kualitas berdasarkan harga dan tingkat kepuasan berdasarkan kualitas layanan berbeda secara signifikan antara gender, yang menunjukkan bahwa moderasi gender ada dalam konsumsi makanan.

Penelitian ini menguji kembali hubungan antara Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Kualitas Lingkungan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada generasi milenial dengan Kebahagiaan

sebagai mediasi saat melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji di Indonesia. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah generasi milenial yang telah melakukan pembelian di restoran cepat saji di Indonesia (McDonald, KFC, Burger King dan Pizza Hutt).

Dengan semakin berkembangnya industri kuliner di masyarakat dan berkembangnya zaman membuat pola hidup menjadi berubah dalam hal memilih makanan, maka diperlukan penelitian agar pelaku bisnis restoran cepat saji dapat terus meningkatkan kualitas restorannya agar dapat bersaing dalam industri kuliner serta mampu mempertahankan pelanggan tetap mereka. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: Pengaruh Persepsi Harga dan Dimensi Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada generasi Milenial saat melakukan pembelian di restoran cepat saji dengan Kebahagiaan sebagai mediasi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, penulis merumuskan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga mempengaruhi kepuasan pelanggan pada generasi milenial saat melakukan pembelian di restoran cepat saji di Indonesia?
2. Apakah kualitas makanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada generasi milenial saat melakukan pembelian di restoran cepat saji di Indonesia?
3. Apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada generasi milenial saat melakukan pembelian di restoran cepat saji di Indonesia?
4. Apakah kualitas lingkungan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada generasi milenial saat melakukan pembelian di restoran cepat saji di Indonesia?
5. Apakah persepsi harga mempengaruhi kualitas makanan pada generasi milenial saat melakukan pembelian di restoran cepat saji di Indonesia?
6. Apakah persepsi harga mempengaruhi kualitas layanan pada generasi milenial saat melakukan pembelian di restoran cepat saji di Indonesia?

7. Apakah persepsi harga mempengaruhi kualitas lingkungan pada generasi milenial saat melakukan pembelian di restoran cepat saji di Indonesia?
8. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada generasi milenial saat melakukan pembelian di restoran cepat saji di Indonesia?
9. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi kebahagiaan pada generasi milenial saat melakukan pembelian di restoran cepat saji di Indonesia?
10. Apakah kebahagiaan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada generasi milenial saat melakukan pembelian di restoran cepat saji di Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada generasi milenial saat melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji di Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada generasi milenial saat melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji di Indonesia.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada generasi milenial saat melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji di Indonesia.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan pada generasi milenial saat melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji di Indonesia.
5. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kualitas makanan pada generasi milenial saat melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji di Indonesia.
6. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kualitas layanan pada generasi milenial saat melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji di Indonesia.

7. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kualitas lingkungan fisik pada generasi milenial saat melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji di Indonesia.
8. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada generasi milenial saat melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji di Indonesia.
9. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kebahagiaan pada generasi milenial saat melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji di Indonesia.
10. Untuk menganalisis pengaruh kebahagiaan terhadap loyalitas pelanggan pada generasi milenial saat melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji di Indonesia.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademisi

- a. Peneliti

Dapat mengetahui secara langsung apakah persepsi harga, kualitas makanan, kualitas layanan, kualitas lingkungan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pada generasi milenial saat melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji barat di Indonesia?

- b. Civitas Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi penelitian selanjutnya.

2. Bagi Praktisi (Restoran cepat saji)

Hasil penelitian dapat dijadikan referensi dan acuan mengenai pengaruh persepsi harga, kualitas layanan, kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas



## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah mengetahui keseluruhan isi kripsi ini, maka disusunlah sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I           Pendahuluan**

Bab ini berisi uraian latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan

### **BAB II           Tinjauan Pustaka**

Bab ini membahas mengenai kajian teori yang berisi tentang pengertian persepsi harga, kualitas layanan, kualitas makanan, kualitas lingkungan, pengertian kepuasan konsumen, pengertian loyalitas konsumen, pengertian kebahagiaan, penelitian terdahulu, dan pengembangan hipotesis.

### **BAB III          Metodologi Penelitian**

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, sampel penelitian, variabel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka pemikiran, model dan teknik analisis data.

### **BAB IV          Analisis Data**

Bab ini berisi tentang pembahasan mengenai analisis serta pengujian terhadap jawaban responden dari kuesioner yang diberikan dan hasil yang didapatkan dari penelitian ini.



## **BAB V      Penutup**

Membahas mengenai kesimpulan dan saran atas penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dijelaskan dari garis besar hasil yang telah diperoleh dalam penelitian. Kemudian juga akan dijelaskan mengenai saran yang berisikan tentang masukan untuk perusahaan ataupun pihak akademik bila melakukan penelitian ini lebih lanjut di masa depan.

