

# **BAB I**

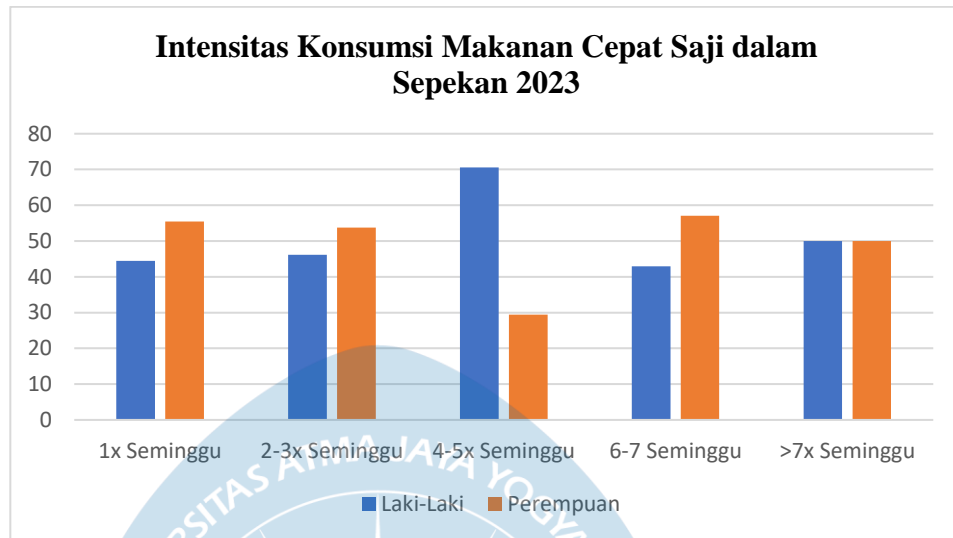
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Restoran cepat saji merupakan restoran yang menyediakan dan mampu memberikan pelayanan makanan dan minuman kepada konsumen dengan waktu penyajian yang relatif singkat. Makanan cepat saji sendiri merujuk pada makanan yang dapat disajikan secara cepat. Saat ini, industri makanan cepat saji cenderung sedang berkembang dengan sangat pesat di Indonesia bahkan dunia. Makanan cepat saji cenderung digemari karena praktis, cepat disajikan, enak, dan tersedia dalam berbagai variasi, seperti burger, pizza, ayam goreng, kentang, es krim, dan masih banyak lagi. Tercatat, restoran-restoran cepat saji ternama mampu mendirikan ribuan hingga puluhan ribu gerai yang tersebar di seluruh dunia.

Saat ini, banyak merek restoran cepat saji ternama yang telah memasuki pasar Indonesia seperti Starbucks, McDonald's, KFC, Pizza Hut, Domino's Pizza, Mixue, Burger King, Baskin Robbins, Dunkin Donuts dan masih banyak lagi. Selain itu, ada juga restoran cepat saji asli Indonesia yang cukup terkenal seperti J.CO Donuts and Coffee, California Fried Chicken, Hoka-Hoka Bento, Richeese Factory, Rocket Chicken, Popeye Chicken, Olive Chicken, dan masih banyak lagi. Beberapa restoran cepat saji ternama seperti KFC, Pizza Hut, Starbucks, Mixue, McDonald, J.CO, Dunkin Donuts, Burger King, Domino's Pizza, dan Hoka-Hoka Bento bahkan telah memiliki ratusan gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. Hal ini menunjukkan perkembangan yang amat pesat dalam restoran cepat saji setelah dilihat dari pertama masuk Indonesia beberapa puluh tahun lalu. Selain itu, banyaknya restoran cepat saji di Indonesia menunjukkan bahwa restoran cepat saji banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Bahkan, Databoks (2023) menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia mengonsumsi makanan cepat saji setidaknya satu kali dalam seminggu,

mayoritas konsumen makanan cepat saji tersebut didominasi oleh perempuan.



**Gambar 1.1**

**Intensitas Konsumsi Makanan Cepat Saji Dalam Sepekan 2023**

**Sumber: Databoks (Diakses pada 12 Maret 2023)**

Melihat intensitas konsumsi makanan cepat saji tersebut, tidak heran bahwa perkembangan restoran cepat saji di Indonesia pun juga sangat pesat untuk mengimbangi permintaan konsumen Indonesia. Dengan banyaknya restoran cepat saji menandakan bahwa dunia persaingan restoran cepat saji sangatlah ketat karena selain terdapat banyak pengusaha yang terjun pada dunia tersebut, banyak kompetitor raksasa yang memasuki pasar Indonesia. Databoks (2023) telah mencatat data restoran cepat saji dengan indeks nilai terbaik di Indonesia.

**Tabel 1. 1**

**Data Merek Restoran Cepat Saji Terbaik di Indonesia 2021**

No.	Nama Restoran Cepat Saji	Nilai/Poin
1	KFC	37,3
2	McDonald's	30,6
3	Pizza Hut	28,6
4	JCO	17,5
5	Burger King	16,8
6	Starbucks	16,4
7	Hoka-Hoka Bento	16
8	Richeese Factory	13,4
9	Chatime	13,2
10	Breadtalk	12,9

**Sumber: Databoks (Diakses pada 10 Maret 2023)**

Jika dilihat dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat banyak restoran cepat saji yang telah dikenal oleh banyak masyarakat Indonesia. Beberapa merek besar tersebut diantaranya KFC, McDonald's, Pizza Hut, J.CO, dan Burger King. Indeks tersebut diukur berdasarkan impresi, kualitas nilai (*value for money*), kepuasan konsumen, rekomendasi, dan reputasi. Salah satu merek yang terdapat pada tabel tersebut adalah Burger King Indonesia yang menempati urutan kelima. Artinya, Burger King memiliki kualitas produk, layanan, dan lingkungan yang memuaskan bagi konsumen di Indonesia.

Burger King Indonesia sendiri merupakan restoran cepat saji yang berada di bawah naungan PT Sari Burger Indonesia yang menjadi anak perusahaan PT Mitra Adiperkasa (MAP Boga Adiperkasa). Secara global, Burger King merupakan restoran cepat saji terbesar kedua di Amerika Serikat dengan lebih dari 14.000 gerai yang tersebar di hampir 100 negara. Awalnya, Burger King didirikan oleh James W. McLamore dan David Edgerton di Miami pada tahun 1954. Kini, Burger King tidak hanya menjual burger, perusahaan tersebut juga menjual berbagai jenis produk makanan dan minuman cepat saji, seperti aneka macam hamburger, ayam goreng, kentang goreng, *soft drink*, *milkshake*, salad, es krim, aneka

minuman, dan *choco pie*. Gerai Burger King sendiri tersebar di banyak kota di Indonesia, baik berdiri sendiri maupun berada pada pusat perbelanjaan. Gambar 1.2 menampilkan sejumlah menu Burger King seperti hamburger, *soft drink*, kentang, dan lain-lain sementara gambar 1.3 dan 1.4 menunjukkan tampilan gerai Burger King.



**Gambar 1.2**

**Menu Produk Burger King**

**Sumber: Biayatarif (Diakses pada 20 Maret 2023)**



**Gambar 1.3**

**Gerai Burger King yang Berdiri Sendiri**

**Sumber: [entrepreneur.bisnis.com](http://entrepreneur.bisnis.com) (Diakses pada 12 Maret 2023)**



**Gambar 1.4**

### **Gerai Burger King yang Berada di Mall**

**Sumber: Ransel Mungil (Diakses pada 18 Maret 2023)**

Belakangan ini, isu kualitas layanan restoran sedang marak menjadi sorotan konsumen. Sebagai salah satu restoran cepat saji terbesar yang ada di Indonesia, tentu saja Burger King selalu mengusahakan yang terbaik untuk konsumennya. Kualitas layanan tersebut dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti kualitas makanan, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas layanan karyawan, ketiga aspek tersebut dapat menjadi aspek yang harus diperhatikan Burger King dalam menjalankan restorannya.

Saat ini, Burger King dapat dikatakan mampu menjalankan ketiga aspek tersebut dengan sangat baik. Hal tersebut dapat dibuktikan dari sejumlah data survei yang dapat ditemukan dari berbagai sumber. Mulai dari kualitas makanan, Burger King terbukti mampu memberikan kualitas makanan yang sangat baik dan mampu mengungguli kompetitor lain di Indonesia. Hal tersebut dapat dibuktikan dari Databoks (2023) yang menemukan data bahwa Burger King merupakan restoran cepat saji dengan hamburger terenak di Indonesia. Bahkan, Burger King mampu mengungguli McDonald's dan KFC. Hal tersebut tentu saja membanggakan mengingat hamburger merupakan produk utama Burger King. Produk lainnya seperti ayam goreng krispi Burger King juga

termasuk dalam 10 besar ayam goreng krispi restoran cepat saji terenak di Indonesia. Lalu untuk kualitas lingkungan fisik, Burger King mengusung konsep “restoran masa depan” sebagai konsep gerai restorannya. Gerai Burger King memiliki desain interior yang menarik dan futuristik serta dilengkapi dengan musik yang membuat konsumennya santai saat makan di tempat. Selain itu, Burger King juga memiliki kebersihan restoran yang baik karena memiliki SOP kebersihan yang ketat. Ditambah kebanyakan gerai Burger King berada pada pusat perbelanjaan besar sehingga mendukung kualitas lingkungan fisik dari Burger King itu sendiri. Kualitas layanan karyawan Burger King juga tergolong sangat baik, Databoks (2023) mencatat bahwa Burger King masuk dalam 5 besar restoran cepat saji dengan pelayanan terbaik di Indonesia. Raihan-raihan yang diperoleh tersebut membuktikan bahwa Burger King memiliki kualitas layanan restoran yang sangat baik dari sektor kualitas makanan, kualitas lingkungan fisik, maupun kualitas layanan karyawan. Kualitas layanan Burger King tersebut tentu akan berpengaruh pada nilai yang dirasakan oleh konsumen. Ketika Burger King mampu memberikan kualitas layanan yang baik, maka konsumen akan merasa bahwa harga yang ditawarkan pada produk Burger King sepadan dengan apa yang mereka peroleh. Kualitas layanan yang baik juga akan membuat konsumen merasa bahwa Burger King juga mampu memberikan lebih baik dari apa yang kompetitor lain berikan.

**Tabel 1. 2**  
**Data Restoran Cepat Saji**  
**Dengan Hamburger Terenak di Indonesia 2023**

No.	Nama Restoran Cepat Saji	Persentase
1	Burger King	44,1%
2	McDonalds	32,6%
3	KFC	10%
4	Carls Jr	4,8%
5	A&W	3,3%
6	Wendys	3%
7	Richeese Factory	0,4%
8	Texas	0,4%
9	CFC	0%
10	Lainnya	1,5%

**Sumber: Databoks (Diakses pada 12 Maret 2023)**

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Burger King merupakan restoran cepat saji dengan hamburger terenak di Indonesia dengan perolehan persentase hingga 44,1%. Data tersebut menunjukkan bahwa Burger King mampu menyajikan hamburger terbaik sesuai dengan nama perusahaannya. Burger King bahkan mampu mengalahkan restoran cepat saji terkenal lainnya seperti McDonald's (32,6%) dan KFC (10%).

Kepuasan konsumen dapat tercipta ketika mereka merasa bahwa produk yang mereka terima sepadan dengan biaya yang mereka keluarkan untuk produk tersebut. Demikian halnya dengan konsumen Burger King, ketika mereka memperoleh nilai yang positif dari kualitas layanan Burger King, maka konsumen tersebut akan menjadi puas. Saat ini, Burger King terbukti mampu memberikan produk dan layanan pada konsumennya dengan sangat baik hingga konsumen mereka merasa bahwa biaya yang dikeluarkan sepadan dengan produk yang mereka terima. Sejauh ini, Burger King mampu memberikan nilai yang positif pada konsumennya sehingga mereka puas ketika melakukan pembelian produk di Burger King. Hal tersebut dibuktikan dengan masuknya Burger King dalam daftar 5 besar restoran cepat saji terbaik di Indonesia 2021. Konsumen Burger King



yang puas cenderung memiliki niat perilaku yang positif terhadap Burger King. Niat perilaku konsumen tersebut dapat berupa melakukan pembelian kembali ataupun merekomendasikan Burger King pada orang terdekatnya untuk melakukan pembelian di Burger King. Hal tersebutlah yang menyebabkan Burger King tetap memiliki penjualan yang baik karena Burger King mampu memberikan kualitas layanan yang baik pada konsumen mereka sehingga konsumen pun memiliki niat perilaku yang baik pula terhadap Burger King.

Berdasarkan pembahasan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Restoran Cepat Saji terhadap Persepsi Nilai Konsumen, Kepuasan Konsumen, dan Niat Perilaku Konsumen Burger King Indonesia”. Penulis tertarik mengangkat topik tersebut karena kualitas layanan restoran merupakan salah satu aspek utama yang menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu, Burger King juga merupakan salah satu restoran cepat saji terbesar di Indonesia yang memiliki kualitas layanan restoran yang tergolong baik di Indonesia. Hal-hal tersebut menjadi faktor pendukung bagi penulis untuk mengangkat topik kualitas layanan restoran cepat saji dan menjadikan Burger King sebagai objek penelitiannya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah Kualitas Makanan, Kualitas Lingkungan Fisik, dan Kualitas Layanan Karyawan berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Nilai Konsumen restoran cepat saji Burger King?
2. Apakah Persepsi Nilai Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen restoran cepat saji Burger King?
3. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku Konsumen restoran cepat saji Burger King?



### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Lingkungan Fisik, dan Kualitas Layanan Karyawan terhadap Persepsi Nilai Konsumen Burger King.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Nilai Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Burger King.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Niat Perilaku Konsumen Burger King.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi mengenai pengaruh kualitas makanan, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas layanan karyawan terhadap persepsi nilai konsumen, kepuasan konsumen, dan niat perilaku. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain terkait pengaruh kualitas makanan, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas layanan karyawan terhadap persepsi nilai konsumen, kepuasan konsumen, dan niat perilaku.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan evaluasi bagi Burger King Indonesia terkait pengaruh kualitas makanan, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas layanan karyawan terhadap persepsi nilai konsumen, kepuasan konsumen, dan niat perilaku konsumen Burger King Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi perusahaan restoran cepat saji terkait pengaruh kualitas makanan, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas layanan karyawan terhadap persepsi nilai konsumen, kepuasan konsumen, dan niat perilaku konsumen.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini, terdapat 5 bab penelitian yang terdiri atas:

### **Bab I: Pendahuluan**

Bab ini merupakan gambaran umum mengenai masalah yang akan dibahas dalam penelitian. Bab I berisi atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **Bab II: Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi kajian teori-teori yang bersumber dari penelitian terdahulu untuk mendukung penelitian penulis. Bab II terdiri atas landasan teori, tabel penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian.

### **Bab III: Metodologi Penelitian**

Bab ini berisi tentang bagaimana metode penelitian yang akan dilakukan. Bab III terdiri atas jenis penelitian, objek, subjek, dan tempat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran data, dan metode analisis data.

### **Bab IV: Analisis Data dan Pembahasan**

Bab ini terdiri atas hasil statistika deskriptif, hasil analisis data, dan pembahasan atas penelitian yang telah dilakukan. Pada bab IV, akan diuraikan secara terperinci terkait tahapan yang dilakukan untuk memperoleh tujuan penelitian berupa pengujian data, kajian hasil temuan yang dikaitkan dengan penelitian terdahulu.

### **Bab V: Penutup**

Bab V menjadi penutup dari suatu penelitian yang berfungsi agar kedepannya pembaca dapat lebih mengembangkan penelitian tersebut. Bab ini terdiri atas kesimpulan, implikasi manajerial, kelemahan penelitian, dan saran penelitian kedepan.