

BAB I

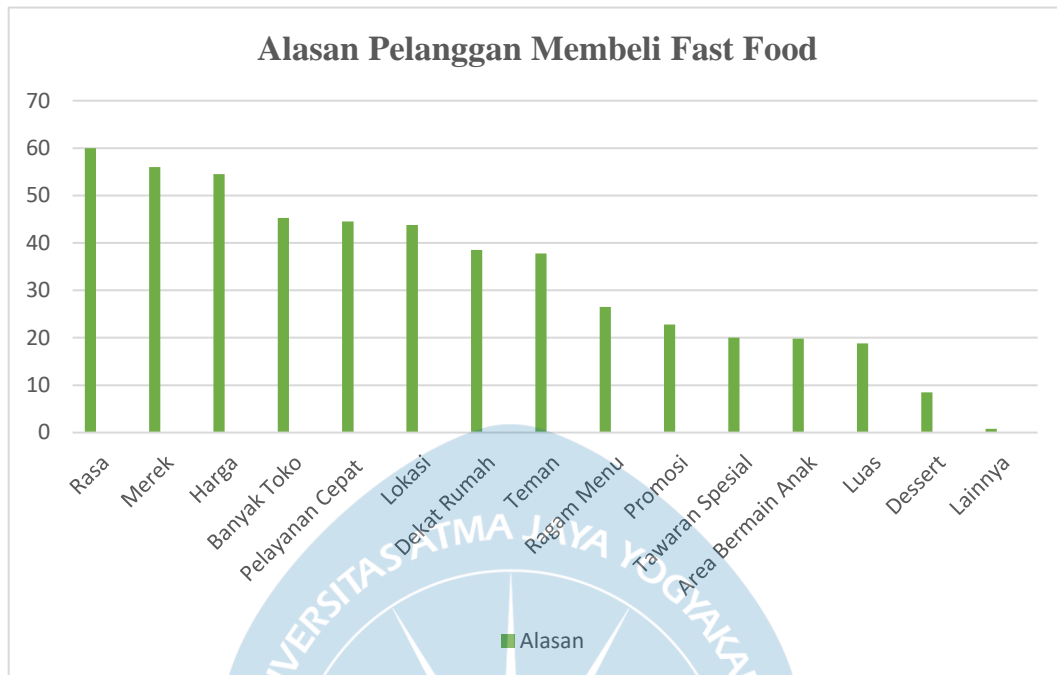
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Restoran cepat saji merupakan sebuah bisnis yang dapat memberikan sistem pelayanan serta menyediakan makanan dan minuman kepada pelanggan. Makanan cepat saji merupakan makanan yang dapat disajikan, dikemas, diolah secara cepat, praktis, dan siap disantap dengan waktu yang relatif cepat contohnya hamburger, pizza, atau ayam goreng. Restoran cepat saji kini memiliki beberapa bentuk dan konsep yang beragam seperti mengusung nuansa Eropa, Korea, maupun Jepang. Saat ini perkembangan restoran cepat saji di belahan dunia khususnya Indonesia cukup pesat, hal ini dikarenakan oleh beberapa hal yaitu pertama, makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi setiap harinya. Kedua, varian menu dan fasilitas yang ditawarkan mengalami perubahan dan perkembangan mengikuti kemajuan zaman sehingga menghasilkan menu yang unik dan bertaraf hingga internasional.

Ketiga, restoran cepat saji mampu menghidangkan makanan pelanggan secara cepat ditengah kesibukan mobilitas seseorang. Kini banyak restoran cepat saji dari luar Indonesia berhasil memasuki pasar Indonesia seperti KFC, McDonald's, Burger King, Pizza Hut, Domino's, Baskin Robbins, Subway, dan lain-lain. Tak hanya itu, Indonesia sendiri juga memiliki restoran cepat saji seperti HokBen, J.CO Donuts and Coffee, Richeese Factory, Olive Chicken, Rocket Chicken, dan lain-lain.

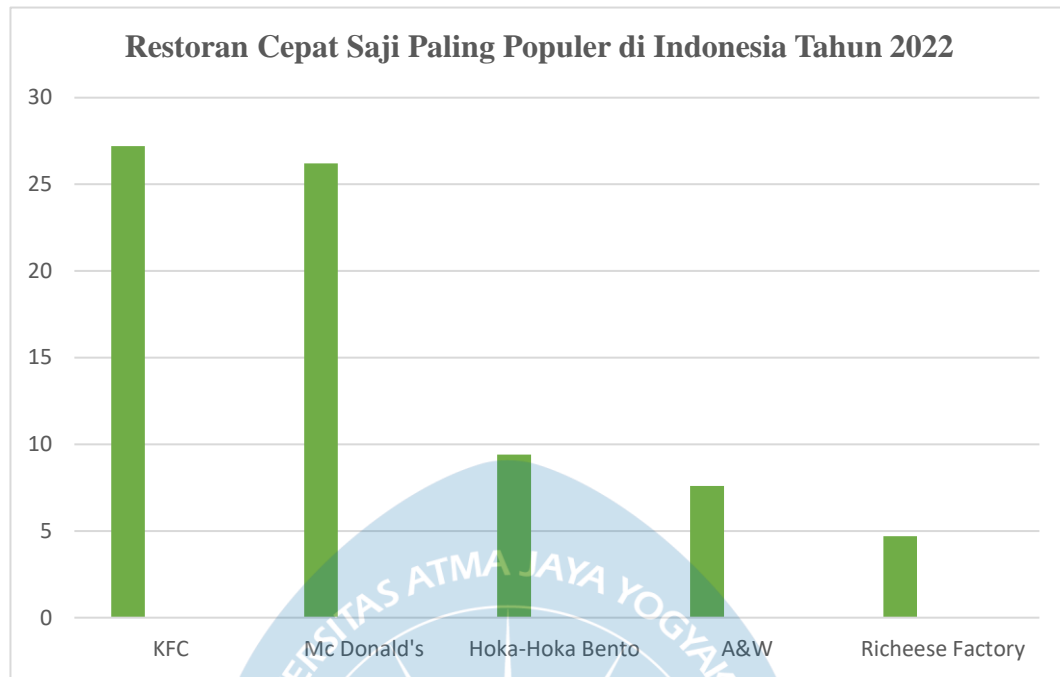
Tingginya mobilitas masyarakat kini mengakibatkan perubahan perilaku masyarakat yang lebih memilih membeli makanan cepat saji dibandingkan untuk memasak makanan sendiri. Kasus ini lebih banyak terjadi pada kaum generasi muda. Mengunjungi restoran cepat saji kini telah menjadi suatu gaya hidup seseorang dikarenakan ingin mengikuti perkembangan dan lebih menyukai produk-produk yang bertaraf internasional atau berasal dari luar negeri. Hal tersebut mengakibatkan pertumbuhan restoran cepat saji terus bertambah setiap tahunnya. Databoks (2016) menunjukkan beberapa alasan masyarakat Indonesia menyukai *fast food*.



Gambar 1.1 Alasan Pelanggan Membeli *Fast Food*

Sumber: Databoks (Diakses pada 24 September 2023)

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa rasa produk dari *fast food* memiliki persentase paling tinggi yaitu 60%, peringkat kedua berada pada kredibilitas merek dengan persentase 56%, sedangkan harga produk dari *fast food* berada di peringkat ketiga dengan persentase 54,5%. Alasan-alasan lainnya seperti jumlah gerai, pelayanan cepat, lokasi, dekat rumah, teman, ragam menu, promosi, tawaran spesial, area bermain anak, luas, *dessert*, dan lainnya memiliki persentase di bawah 50%. Tiga peringkat paling atas yaitu rasa produk, merek, dan harga merupakan hal yang paling penting terhadap perilaku pembelian konsumen. Hal ini makin memperkuat persaingan industri *fast food*. Databoks (2022) menunjukkan beberapa restoran cepat saji paling populer di Indonesia tahun 2022.



Gambar 1.2 Restoran Cepat Saji Paling Populer di Indonesia Tahun 2022

Sumber: Databoks (Diakses pada 24 September 2023)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan terdapat 5 restoran cepat saji paling populer dan banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2022. Restoran cepat saji dengan skor *Top Brand Index* (TBI) tertinggi yaitu KFC dengan persentase 27,2%. Dengan selisih 1%, skor tertinggi kedua disusul oleh McDonald's dengan persentase sebanyak 26,2%. Skor tertinggi ketiga adalah Hoka-Hoka Bento dengan persentase 9,4%.

Hoka-Hoka Bento merupakan restoran cepat saji asli dari Indonesia dengan nuansa Jepang. Hal ini menjadikan restoran yang berkonsep "*Japanese Fast Food*" terbesar di Indonesia dengan harga yang relatif terjangkau. Hoka-Hoka Bento berdiri pada 18 April 1985 yang berlokasi di Kebon Kacang, Jakarta Pusat dengan naungan PT. Eka Bogainti. Pada tanggal 15 Oktober 2013 Hoka-Hoka Bento berubah nama menjadi HokBen. HokBen dibentuk dimulai dari melihat kebiasaan orang kantor di Jepang yang selalu membawa bekal bento.

Konsep awal dari HokBen adalah secara *take away*, namun seiring perkembangan zaman HokBen menyediakan *dine in* sehingga pelanggan dapat menikmati makanan dan minuman secara langsung. Saat ini, HokBen telah memiliki 352 gerai yang tersebar di 72 kota di Indonesia. Hal ini membuktikan HokBen mampu bertahan di tengah persaingan restoran cepat saji di Indonesia. Dari segi kualitas makanan, HokBen tidak perlu diragukan lagi karena HokBen selalu menempatkan kualitas dan rasa makanannya sebagai prioritas utama sehingga selalu menjaga kualitas makanannya dengan menyajikan makanan yang *fresh* setiap harinya dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas tinggi, dan dengan teknik masak yang tepat. Tak hanya itu, HokBen terus berupaya untuk mempertahankan cita rasanya agar sesuai atau mirip dengan kuliner asli Jepang. HokBen terus melakukan inovasi produk untuk mengikuti keinginan pasar yang terus berubah-ubah.

Varian menu dari HokBen terdapat Set Menu (Tempura Don, Ramen, Paket Fried Chicken, Premium Set Seafood/Beef/Chicken, Hoka Hemat, Value Set, Simple Set Chicken Yakini/ Teriyaki, Bento Spesial, Kidzu Bento, Jigoan Beef/Chicken), Main Menu (Butter Miso Beef, Takoyaki, Chicken Curry Yaki, Chicken/Beef Teriyaki, Hot Spicy Beef/Chicken Teriyaki, Beef/Chicken Yakini), Fried Menu (Fried Chicken, Tempura, Koroke, Crispy Karaage, Chicken Katsu, Tori No Teba, Kani Roll, Ekkado, Ebi Furai, Egg Chicken Roll, Tori Ball. Shrimp Roll), Soup & Sukiyaki (Shirataki Soup, Clear Soup, Chicken Tofu, Shrimp Ball, Sukiyaki, Shrimp Dumpling), Desserts (Pudding, Ogura, Es Sarang Burung, Es Merah Delima), Snack (Creamy Ebi Korokke, Shuma Steam, Shumay Furai), Beverage (Ice Coffee Milk, Ice Avocado Coffee, Koori Konyaku Chocolate/Strawberry, Cold Ocha, Lemon Tea, Milo, Cola-Cola, Air Mineral, Teh Kotak Sosro, Matcha Milk Berry, Ice Coffee Ganbatte), dan Side Dish (Salad, Rice).



Gambar 1.3 Menu Produk HokBen

Sumber: Instagram (Diakses pada 02 Oktober 2023)

HokBen memiliki beberapa kelompok target audiens yaitu dari keluarga, pelajar dan mahasiswa, pekerja kantor, penggemar kuliner Jepang, dan masyarakat aktif. Dengan menyasar beberapa kelompok audiens yang beragam, HokBen berhasil memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan harga yang relatif terjangkau. Dengan harga yang terjangkau, pelanggan juga dapat menikmati hidangan dengan nuansa dan konsep Jepang yang autentik.

Untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan, HokBen juga selalu memperhatikan lokasi dan lingkungannya agar para pelanggan merasa aman dan nyaman ketika berkunjung. HokBen selalu membuka gerai di lokasi-lokasi yang strategis yaitu di jalan utama yang ramai pengendara atau padat masyarakat, dan di pusat perbelanjaan seperti mall. Setiap gerai HokBen memiliki desain interior dan eksterior yang menarik perhatian pelanggan, dan setiap gerai dilengkapi dengan musik yang akan menambah rasa nyaman pelanggan ketika berkunjung. Hoka-Hoka Bento juga memberikan lahan parkir mobil dan motor yang luas untuk pengunjung yang ingin *dine in*, maupun sekedar *take away* atau *drive thru*. Tak hanya itu, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang ingin *dine in*, HokBen menyediakan ruangan

indoor dan *outdoor*.

Ruangan *outdoor* lebih dikhususkan untuk pelanggan yang ingin merokok. Untuk anak-anak, tersedia *playground* yang akan membuat anak-anak semakin betah berada di HokBen. Selain itu, HokBen memiliki standar kebersihan yang cukup ketat, sehingga kebersihan dari restoran HokBen cukup baik.



Gambar 1.4 Gerai HokBen

Sumber: Instagram (Diakses pada 02 Oktober 2023)

Berdasarkan ulasan yang ada di Google yang peneliti akses pada tanggal 01 Oktober 2023, beberapa gerai HokBen memiliki ulasan buruk pada kualitas layanannya yaitu karyawan lambat memberikan pelayanan penyajian makanan kepada pelanggan, sehingga pelanggan harus menunggu cukup lama untuk dapat menikmati pesannya. Tak hanya itu, terkadang terdapat antrian cukup panjang untuk pelanggan yang ingin makan ditempat secara langsung, ini dikarenakan karyawan yang bertugas hanya sedikit. Hal ini terjadi di *offline store* maupun melalui pemesanan jasa ojek online. Dari kasus tersebut, kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, HokBen tidak membuka waralaba di kota mana pun di Indonesia. Tujuan HokBen tidak membuka waralaba guna untuk mempertahankan kualitas makanan dan citra perusahaan. Semua gerai HokBen yang

tersebar di Indonesia berada di bawah naungan PT. Eka Bogainti. Untuk mendorong loyalitas pelanggan demi mencapai kepuasan pelanggan, HokBen melakukan banyak promo *cashback*, *bundling*, dan meluncurkan HokBen Apps.



Gambar 1.5 Aplikasi HokBen

Sumber: Instagram (Diakses pada 02 Oktober 2023)

HokBen Apps hadir untuk menjawab kebutuhan konsumen yang sangat dinamis di era digital serta menuntut praktis dan kemudahan dengan meluncurkan fitur pesan antar sampai tujuan. HokBen Apps menampilkan seluruh menu dengan tampilan foto yang jelas yang disertai keterangan produk. Hal ini akan memudahkan pelanggan dan memberikan kebebasan kepada pelanggan dapat memesan kapanpun dan dimanapun.

Berdasarkan dari pembahasan di atas, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Makanan, Harga, Lokasi dan Lingkungan, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan HokBen”. Peneliti tertarik mengangkat topik tersebut karena kualitas makanan, harga, lokasi dan lingkungan, kualitas layanan merupakan kunci utama perusahaan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran HokBen?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran HokBen?
3. Apakah lokasi dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran HokBen?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran HokBen?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan restoran HokBen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan restoran HokBen.
2. Untuk menganalisa pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan restoran HokBen.
3. Untuk menganalisa pengaruh lokasi dan lingkungan terhadap kepuasan pelanggan restoran HokBen.
4. Untuk menganalisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran HokBen.
5. Untuk menganalisa pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan restoran HokBen.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kualitas makanan, harga, lokasi dan lingkungan, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, diharapkan mampu dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai

sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang dapat dipelajari di perkuliahan.

B. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi perusahaan HokBen mengenai pengaruh kualitas makanan, harga, lokasi dan lingkungan, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, diharapkan mampu dijadikan bahan evaluasi untuk perusahaan HokBen mengenai pengaruh kualitas makanan, harga, lokasi dan lingkungan, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab I menjelaskan gambaran umum mengenai permasalahan atau fenomena yang terjadi dan diteliti dalam penelitian. Bab I terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II memaparkan teori-teori dari penelitian terdahulu dengan bertujuan untuk mendukung penelitian penulis. Bab II terdiri dari landasan teori, tabel penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab III memaparkan mengenai metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Bab III terdiri dari jenis penelitian, objek, subjek, tempat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran data, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV memaparkan hasil statistika deskriptif, hasil analisis data, dan pembahasan. Pada bab IV juga menjelaskan mengenai tahapan memperoleh tujuan penelitian yaitu pengujian data, dan hasil temuan data yang dikaitkan dengan penelitian terdahulu.

BAB V: PENUTUP

Pada bab V merupakan penutup atau bagian akhir dari suatu penelitian yang bertujuan agar kedepannya pembaca dapat menyempurnakan penelitian tersebut. Bab V terdiri dari kesimpulan, implikasi manajerial, kelemahan penelitian, dan saran penelitian kedepan.

