

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini melibatkan industri di bidang makanan dipicu oleh perubahan pola makan masyarakat kota yang gemar makan di luar, dan jumlah penduduk Indonesia yang besar merupakan daya tarik yang mendorong berbagai kalangan pengusaha untuk melakukan investasi bisnis ke bidang restoran (Istianto, 2011). Dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk mengakibatkan kebutuhan makanan juga semakin meningkat. Meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia khususnya di kota Padang akan memberikan peluang bagi bisnis restoran untuk berkembang. Industri restoran merupakan industri yang akan selalu berkembang. Hal ini disebabkan karena mobilitas masyarakat yang semakin tinggi sehingga banyak kegiatan/aktivitas yang dilakukan di luar rumah yang pada akhirnya memperbesar kemungkinan untuk makan di luar (Widodo, 2012).

Menurut Nugroho (2013) saat ini aktivitas makan sudah menjadi gaya hidup seseorang dan tidak hanya memenuhi kebutuhan pokok saja, namun sudah menjadi tren seseorang disamping memenuhi rasa laparnya. Banyak saat ini orang-orang suka berkunjung ke tempat-tempat makan demi memenuhi rasa ingin tahu terhadap rasa makanan yang disajikan, atau untuk memenuhi hasrat untuk menghilangkan rasa lapar mereka dengan memesan menu yang mereka suka.

Setiap orang mempunyai pilihan selera tersendiri dan memiliki keinginan yang berbeda, ada yang menginginkan tercapainya kepuasan mereka karena status rumah makan tersebut yang bergengsi dengan pelayanan yang mewah dan mengorbankan uang dalam jumlah yang besar. Sebagian orang memilih rumah makan yang sederhana tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya, dan ada juga yang mengunjungi rumah makan karena keunikan dan

kekhasan suasana, makanan, pelayanan yang tidak dapat mereka peroleh dirumah makan lainnya (Nugroho, 2013).

Salah satu jenis industri restoran di Kota Padang yang sedang berkembang saat ini diantaranya adalah restoran waralaba seperti restoran cepat saji (*fast food restaurant*). Saat ini semakin banyak dijumpai outlet-outlet restoran cepat saji baik lokal maupun restoran asing. Seperti Mc Donald, KFC, CFC, dan Texas Chicken. Namun di kota Padang juga berkembang restoran waralaba yang bertema keluarga seperti Pizza Hut dan Haustea.

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Menurut Oliver (2007) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar. Strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen membuat perusahaan harus memahami perilaku dan memenuhi maupun kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen.

Menurut Veloutsou (2005) kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu situasi di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama (Tjiptono, 2004). Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen telah menjadi prioritas pemasaran inti karena mereka adalah prasyarat dari loyalitas konsumen, seperti penjualan berulang dan *word-of-mouth* positif (Han et al., 2009). Di pasar yang sangat kompetitif saat ini diasumsikan bahwa kunci untuk mendapatkan keuntungan terletak dalam memberikan layanan berkualitas tinggi, yang pada akhirnya akan menyebabkan pelanggan yang puas (Han dan Ryu, 2008).

Selain kepuasan konsumen, kualitas pelayanan merupakan faktor lainnya yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan (Walker, 2001). Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Ayse, 2007). Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud. Umumnya di industri restoran pelanggan menggunakan makanan, lingkungan fisik, dan pelayanan sebagai komponen kunci dalam mengevaluasi kualitas layanan restoran (Chow et al., 2007)

Setelah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, perusahaan wajib pula memperhatikan citra perusahaannya. Citra perusahaan merupakan salah satu faktor yang terpenting dalam dunia usaha, karena jika citra perusahaan tersebut baik akan membawa dampak positif tersendiri bagi usahanya, begitu juga sebaliknya. Citra perusahaan merupakan suatu konsep pemasaran yang pertama kali harus diciptakan oleh suatu perusahaan agar dikenal oleh konsumen. *Corporate Image* merupakan deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap perusahaan tertentu (Tjiptono, 2004). Di industri restoran, persepsi konsumen tentang citra sebuah restoran sepenuhnya mencerminkan kumulatif pengalaman konsumsi (misalnya, makanan, atmosfer pelanggan, dan layanan). Di antara banyak komponen yang ada, kualitas layanan restoran merupakan elemen penting yang langsung mempengaruhi persepsi citra restoran (Ryu, 2012).

Pada saat ini restoran waralaba sudah mulai menjamur di Kota Padang. Pada umumnya sudah memperhatikan kepuasan konsumen seperti penciptaan suasana yang nyaman yang didukung dengan desain interior unik dan tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan

musik, wifi serta sejenisnya merupakan daya tarik khusus bagi para konsumennya yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Seperti contoh nya restoran cepat saji McDonald dan KFC.

Menurut Nugroho (2013) saat ini pelanggan tidak lagi bersedia untuk mengorbankan hanya untuk mendapatkan pelayanan yang buruk akan tetapi mereka mengunjungi rumah makan menginginkan lingkungan (suasana) yang baik ketika mereka mencari pengalaman yang tak terlupakan. Sebuah pengalaman yang mengesankan secara keseluruhan melalui kualitas makanan yang sangat baik dengan suasana yang nyaman dan layanan berkualitas tinggi perlu dicapai untuk memenuhi kepuasan mereka. Seperti contoh nya restoran waralaba Pizza Hut dan Haustea .

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan dan citra restoran waralaba terhadap kepuasan konsumen di beberapa restoran waralaba terkenal di Kota Padang, seperti McDonald, KFC, Pizza Hut, Texas Chicken, CFC, D'Besto. Peneliti memilih restoran yang terkenal yang ada di Kota Padang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, penulis ingin menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan yang diterima pelanggan, citra restoran, dan kepuasan pelanggan terhadap restoran waralaba di Kota Padang. Latar belakang penelitian menghasilkan 3 pertanyaan penelitian :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan diberikan terhadap kepuasan konsumen di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh citra restoran terhadap kepuasan konsumen di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan berperan terhadap citra restoran di Kota Padang?

4. Bagaimana pengaruh citra restoran sebagai variabel mediasi antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen?

### 1.3 Tujuan dari penelitian

Berdasarkan laporan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh citra restoran terhadap kepuasan konsumen di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kota Padang
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra restoran di Kota Padang.
4. Untuk menganalisis pengaruh citra restoran antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

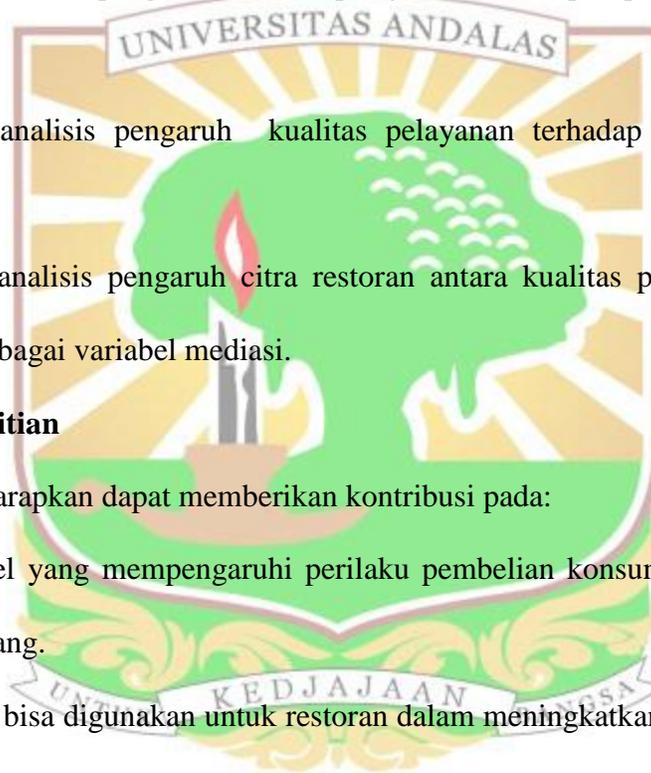
### 1.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada:

1. Memahami variabel yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen di industri restoran waralaba di Kota Padang.
2. Hasil penelitian ini bisa digunakan untuk restoran dalam meningkatkan kualitas mereka dalam melayani konsumen.
3. Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai pedoman untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan persepsi kualitas layanan, citra restoran, dan kepuasan konsumen.

### 1.5 Statistika Penulisan

Dalam rangka untuk membuatnya lebih mudah dan membuat moderat penyampaian konten, penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:



- BAB I Mengandung tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan Statistika Penulisan.
- BAB II Berisi tentang dasar teori. Dasar teori menceritakan tentang definisi variabel yang diteliti, faktor yang dapat mempengaruhi variabel, meninjau studi sebelumnya dan mengembangkan hipotesis persepsi kepuasan pelanggan, kualitas layanan, citra restoran dan kerangka teori penelitian ini.
- BAB III Menjelaskan tentang metode penelitian yang membahas tentang desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, pengolahan data, variabel riset, definisi, analisis data.
- BAB IV Menjelaskan tentang hasil dan pembahasan yang terdiri dari profil lembaga, hasil survei, respon kuesioner, deskripsi populasi penelitian, deskriptif item menanggapi setiap variabel, memeriksa entri data, pengukuran model fit dan pembahasan hasil penelitian.
- BAB V Menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian, saran penelitian, keterbatasan penelitian dan rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut.

