1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu gaya hidup yang berkembang di berbagai kota besar adalah peningkatan dalam mengkonsumsi makanan yang ditawarkan oleh restoran cepat saji disebabkan oleh selera masyarakat yang cenderung berubah dan mengikuti perkembangan zaman, karena kesibukan oleh karena itu masyarakat cenderung memilih restoran cepat saji (Hubies, 1993). Kemudahan serta kenyamanan yang ditawarkan oleh restoran cepat saji terasa menggiurkan bagi konsumen, sehingga untuk mempertahankan pangsa pasar perusahaan terlebih dahulu harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen.

Konsumen berasal dari berbagai kalangan, keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk sangat ditentukan oleh karakteristiknya. Menurut Sumarwan (2002) salah satu karakteristik konsumen yang penting untuk diketahui adalah demografis. Demografis terdiri dari usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, pendapatan, lokasi geografis, kelas sosial dan gaya hidup.

BBQ (Bakar bakar Qito) adalah waralaba lokal yang didirikan oleh bapak Sudirman pada tahun 2015, dimana produk yang ditawarkan adalah ayam bakar, ayam penyet, lele bakar, dan nila bakar. Pada awalnya bapak Sudirman hanya memiliki satu outlet yang berada di Jati. Namun pada saat sekarang ini Bakar Bakar Qito (BBQ) sudah memiliki tiga outlet di kota Padang dimana masing masing outlet berada di Jati, Siteba, dan Pasar Baru. Adapun omset dari Bakar Bakar Qito (BBQ) yaitu sebesar 8-10 juta perharinya, dimana produk yang paling diminati oleh konsumen adalah ayam bakar dan ikan bakar dengan rata rata penjualan ayam dan

ikan bakar mencapai 800 porsi perharinya pada periode Oktober sampai dengan November 2017. Tingginya tingkat persaingan diantara restoran cepat saji, maka berbagai cara dilakukan oleh restoran-restoran tersebut untuk memenangkan persaingan, diantaranya dengan meningkatkan kualitas produk dan kepuasan konsumen. Dalam persaingan Bakar Bakar Qito (BBQ) mencoba memenangkan pasar dengan menawarkan kualitas produk yang sangat baik dan juga menyesuaikan dengan daya beli masyarakat luas, sehingga Bakar Bakar Qito (BBQ) mampu menarik minat pembeli, baik dari kelas menengah ke atas ataupun menengah ke bawah. Kepuasan konsumen adalah tingkat dimana anggapan terhadap produk sesuai dengan harapan seorang pembeli. Harapan konsumen umumnya merupakan prakiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (Amstrong, 2002). Menurut Poerwopoespito dan Utomo, (2010) agar pelanggan dapat terpuaskan oleh kinerja dari seluruh manajemen restoran cepat saji dan pelaku usaha dapat mempertahankan serta dapat menambah jumlah pelanggan, maka pelaku usaha harus memperhatikan kualitas pelayanannya dengan baik.

Berdasarkan hasil prasurvei pada ke-3 outlet Bakar Bakar Qito (BBQ) yang terdapat dikota Padang, terdapat beberapa keluhan konsumen terkait dengan kecepatan karyawan dalam menyajikan menu pesanan, dan ketersediaan lahan parkir, dimana lahan parkir yang tersedia di restoran Bakar Bakar Qito (BBQ) sangat terbatas, sehingga pada saat pengunjung ramai, pelanggan harus memarkir kendaraannya di bahu jalan raya. Hal tersebut membuat pelanggan merasa kurang nyaman dengan pelayanan yang tersedia dan ini penting diketahui oleh pemilik restoran agar kepuasan konsumen mampu tercapai dengan baik. Adapun dimensi

kualitas pelayanan jasa yang baik menurut Kotler (2000) yaitu *reability* (keandalan), *responsiveness* (kesigapan), *assurance* (kepastian), *empathy* (empati), *tangible* (berwujud).

Kualitas pelayanan penting diketahui oleh pihak restoran, agar terciptanya rasa puas bagi pelanggan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap pihak restoran. Menurut Assegaf (2009) kualitas pelayanan merupakan suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kebutuhan atau keperluan psikologis. Hendaknya perusahaan memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dari segi waktu, tempat, bentuk, dan kebutuhan untuk para konsumen. Kualitas layanan yang dapat diberikan dari usaha restoran adalah pelayanan karyawan yang ramah dan juga penampilan karyawan tersebut yang rapi dan menarik, sehingga menimbulkan kesan yang nyaman bagi konsumen dan menimbulkan kualitas layanan yang baik. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka penulis sangat tertarik untuk mengetahui**" Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji Waralaba Lokal Bakar Bakar Qito (BBQ) di Kota Padang"**

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaiman karakteristik pelanggan direstoran cepat saji Bakar Bakar Qito (BBQ)
2. Bagaiman tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan direstoran cepat saji Bakar Bakar Qito (BBQ)

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui karakteristik pelanggan direstoran cepat saji Bakar Bakar Qito (BBQ)
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di restoran cepat saji Bakar Bakar Qito (BBQ)

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai informasi terhadap para pengusaha untuk mengetahui bagaimana penilaian pelanggan terhadap pelayanan rumah makan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Dapat digunakan sebagai informasi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA