

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Persaingan bisnis pada era globalisasi ini semakin pesat sehingga menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi agar mampu bertahan dengan pesaing usaha yang lain. Upaya yang seharusnya dilakukan pelaku usaha adalah meningkatkan kualitas pelayanan sehingga mampu menciptakan pelanggan yang loyal.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا مَنْ يَرْتَدَّ مِنْكُمْ عَنْ دِينِهِ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهَ بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ
وَيُحِبُّونَهُ أَذِلَّةٍ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٍ عَلَى الْكَافِرِينَ يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا
يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ ذَلِكَ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, Barangsiapa di antara kamu yang murtad (keluar) dari agamanya, maka kelak Allah akan mendatangkan suatu kaum, Dia mencintai mereka dan mereka pun mencintai-Nya, dan bersikap lemah lembut terhadap orang-orang yang beriman, tetapi bersikap keras terhadap orang-orang kafir, yang berjihad di jalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah yang diberikan-Nya kepada siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Mahaluas (pemberian-Nya), Maha Mengetahui.” (Q.S Al-Maidah Ayat 54)

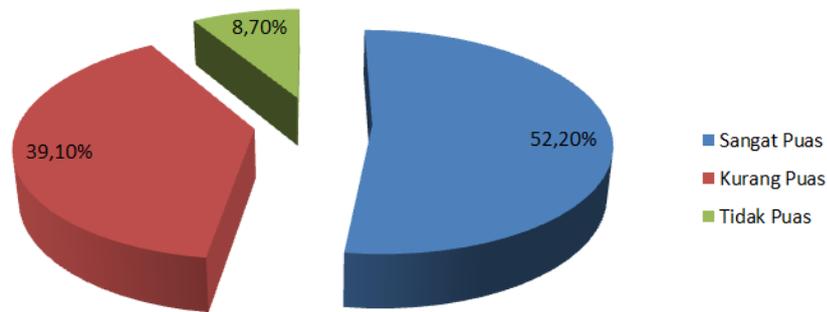
Perubahan gaya hidup dan pola hidup masyarakat telah berubah, yang semulanya makan di rumah bersama keluarga tetapi saat ini masyarakat lebih senang makan diluar, karena masyarakat saat ini banyak disibukan oleh pekerjaan dan rutinitas lainnya sehingga lebih memilih untuk makan di luar (Luthfianto dan Suprihadi, 2017). Perubahan pola hidup masyarakat ini memunculkan konsep hidangan yang praktis, salah satunya jenis makanan *fast food*. Kini banyak bisnis *fast food* yang semakin berkembang, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan berbagai merek, harga, dan varian produk. Dengan adanya kondisi tersebut memunculkan gambaran bagi pelaku usaha bahwa pertumbuhan bisnis ini semakin meningkatkan intensitas persaingan bisnis. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan guna mempertahankan pelanggannya dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Seiring dengan adanya peningkatan jumlah masyarakat kelas menengah di Indonesia bisnis *fast food* ini cepat dalam bertumbuh (Olivia, 2020). Keberadaan masyarakat kelas menengah ini semakin menguntungkan para pelaku bisnis karena mereka cenderung konsumtif dan selalu mengikuti tren gaya hidup modern (Oktavia, 2019). Pertumbuhan masyarakat kelas menengah menjadi salah satu kunci pertumbuhan dan kemajuan Indonesia. Bank dunia mencatat ada sekitar 45% dari populasi atau 115 juta penduduk Indonesia berpotensi naik status menjadi kelas menengah, sehingga mereka menjadi penggerak perekonomian Indonesia ke depan (Woen dan Santoso, 2021).

Fast food atau makanan cepat saji adalah jenis makanan yang diproduksi secara massal yang dirancang untuk dijual kembali secara komersial, dengan prioritas utama pada kecepatan layanan. Pertumbuhan industri *fast food* yang signifikan sangat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat di Indonesia terutama di kalangan anak muda. Pertumbuhan ekonomi, urbanisasi, perubahan gaya hidup, dan kepadatan penduduk yang tinggi merupakan faktor-faktor utama adanya peningkatan konsumsi *fast food* (Nadhira, 2023).

Restoran *fast food* di Indonesia hadir dengan berbagai merek. Salah satunya yaitu *Olive Fried Chicken*. *Olive Fried Chicken* merupakan merek yang berasal dari Yogyakarta berdiri pada tahun 2011. *Olive Fried Chicken* menyediakan makanan cepat saji (*fast food*) yang berupa nasi ayam dan *soft drink* serta dibandrol dengan harga yang terjangkau bagi kalangan pelajar. Selain harganya murah, *Olive Fried Chicken* menetapkan standar halal dan kesegaran dalam pemilihan bahan baku untuk setiap gerainya. Pada saat ini *Olive Fried Chicken* telah memiliki 115 gerai yang tersebar di Jogja, Solo, Semarang, hingga Kebumen.

Gambar 1. 1

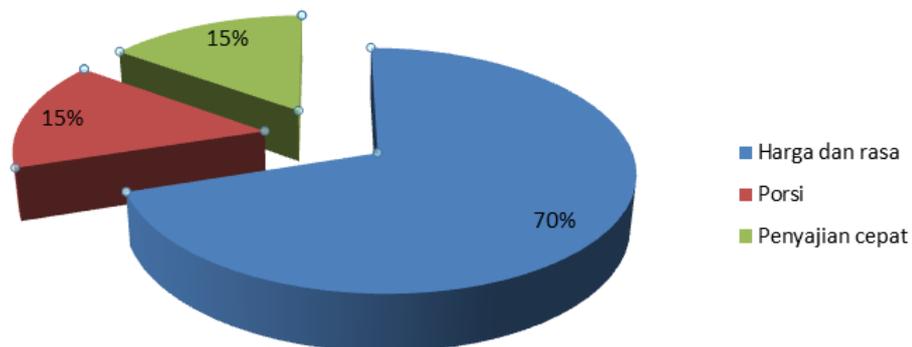
Kepuasan Konsumen *Olive Fried Chicken*



Sumber : *www.suara.com*

Gambar 1. 2

Alasan Konsumen Olive *Fried Chicken*



sumber : *www.suara.com*

Dari data di atas kita bisa melihat bahwa loyalitas konsumen terhadap Olive *Fried Chicken* kebanyakan konsumen mengunjungi tempat tersebut karena harga, kepuasan dan rasanya yang membuat konsumen merasa puas ketika berkunjung ke Olive *Fried chicken*.

Untuk memenuhi loyalitas konsumen maka perlu adanya kualitas layanan yang tinggi. Kualitas layanan merupakan usaha yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan, persyaratan, serta ketepatan waktu untuk

memenuhi harapan konsumen. Sedangkan menurut Kasmir (2017) bahwa kualitas layanan adalah suatu tindakan yang dilakukan seorang atau organisasi untuk memenuhi kepuasan kepada konsumen.

Selain kualitas layanan, harga yang ditawarkan juga harus diperhatikan oleh perusahaan. Perusahaan harus bisa menawarkan harga yang baik dan tepat sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2016) harga merupakan elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan probabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengomunikasikan nilai suatu produk.

Tidak hanya kualitas pelayanan dan harga saja yang bisa memberikan dampak terhadap loyalitas konsumen, promosi pun menjadi salah satu unsur yang bisa memberi dampak terhadap loyalitas konsumen. Dengan menjadi sarana pemasaran guna menarik konsumen dengan diadakannya promosi. Promosi dilakukan sedini mungkin untuk memperkenalkan seluruh kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan kepada konsumen. Promosi mengacu pada serangkaian tindakan yang memungkinkan perusahaan mensegmentasikan pasar berdasarkan pelanggannya. Perusahaan perlu berperan aktif dalam kegiatan promosi, karena promosi memberikan informasi kepada konsumen terhadap apa saja produk yang ditawarkan dan apa keuntungan yang didapatkan oleh pelanggan jika membeli produk tersebut (Kim et al., 2019).

Untuk mempertahankan loyalitas konsumen perusahaan perlu memberikan kepuasan kepada konsumennya. Kepuasan konsumen adalah

respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian (*disinformation*) yang dirasakan antara ekspektasi sebelumnya dengan hasil yang didapatkan. Kepuasan konsumen menjadi salah satu tolak ukur yang akan berdampak pada penjualan suatu perusahaan (Bali, 2022).

Hasil penelitian Rahayu dan Darman (2022) memberikan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan promosi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Pada penelitian lainnya Alya Insani dan Nina Madiawati (2020) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian (Taufan dan Engkur, 2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen dan harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen. Hal berbeda yang disimpulkan oleh Permono dan Pasharibu (2021) menyebutkan bahwa harga dan promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait masalah yang dihadapi perusahaan dan menuangkannya dalam bentuk proposal dengan judul : **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Olive Fried Chicken) ”**.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen?
6. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen?
7. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen?
8. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen?
9. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen?
10. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap kepuasan konsumen
4. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen
5. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen
6. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan harga terhadap loyalitas konsumen
7. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap loyalitas konsumen
8. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen
9. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen
10. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat memberikan informasi atau wawasan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan pembanding bagi penelitian selanjutnya agar dapat menyusun proposal serta skripsi yang baik dan benar.

2. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait kepuasan konsumen dan kelayakan konsumen agar dapat memperdalam ilmu pengetahuan dari masa kuliah dan dapat bermanfaat serta diterapkan dalam dunia kerja.