

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha restoran dewasa ini menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, terbukti semakin banyak restoran asing yang siap saji merambah diberbagai tempat. Hal tersebut mengidentifikasikan bahwa intensitas persaingan dalam bisnis restoran semakin kuat. Jenis restoran seperti ini umumnya berada dilokasi-lokasi yang strategis. Sehingga persaingan ini mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya, konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagai konsekuensinya setiap usaha penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen.

Kualitas pelayanan ditentukan oleh konsumen sebagai pemakai jasa layanan tersebut. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi persepsi konsumen tentang layanan yang dibutuhkan dan diinginkannya, kemudian disesuaikan dengan layanan yang akan disediakan oleh restoran. Dengan demikian restoran selalu berusaha menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen sehingga mencapai kepuasan konsumen.

Kualitas Produk yang di sediakan oleh perusahaan juga sangatlah penting sebab kualitas dari produk tersebut dapat memberikan kesan baik dan

memberikan kepuasan kepada konsumen yang menikmati Rocket Chicken tersebut.

Experiential Marketing adalah pengalaman pemasaran dimana kita melihat dari segi pemakaian atau setelah mengkonsumsi suatu produk, dengan melihat setelah pemakaian kita dapat mengetahui apakah konsumen merasa puas atas produk yang diberikan sehingga mencapai kepuasan konsumen. Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen, sehingga lokasi yang ditentukan oleh produsen harus memberikan kepuasan kepada konsumen juga dari segi akses ke lokasi tersebut, lingkungan, dan tempat parkir.

Bila restoran dapat memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, konsumen akan merasa puas terhadap restoran tersebut. Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen dipenuhi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang harapannya terpenuhi atas apa yang dikonsumsinya. Untuk itu pihak penyedia produk maupun jasa harus dapat memenuhi harapan konsumen terhadap produk dan jasa yang akan dikonsumsi dan harga yang diberikan oleh restoran pun terjangkau oleh kalangan mana pun. Sehingga konsumen merasakan suatu kepuasan tersendiri setelah berkunjung di restoran cepat saji tersebut.

Sementara restoran-restoran tradisional atau lokal yang bercirikan lambat dalam pelayanan, relatif kalah bersaing di lokasi dimana terdapat restoran siap saji tersebut. Jenis restoran siap saji tersebut dikenal dengan sebutan restoran fast food. Tampilan restoran semacam ini, mulai dari lokasi,

jenis dan rasa makanan, penataan, sistem pelayanan, dan sebagainya membawa kesan bagi sebagian orang bahwa citra restoran tersebut mewah atau bergengsi. Sehingga bagi konsumen yang datang dan makan di restoran semacam ini, sedikit tidak hanya dimanfaatkan untuk tempat makan saja, tetapi juga untuk tempat perayaan acara-acara ulang tahun, syukuran, dan sebagainya. Peluang semacam ini telah dimanfaatkan oleh restoran untuk menyediakan model pelayanan jasa yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat sekitarnya. Di beberapa restoran semacam ini, kadang juga disediakan tempat khusus bagi anak-anak untuk bermain, agar tidak mengganggu orang yang sedang menikmati makanannya. Sehingga sangatlah wajar apabila dikatakan bahwa variasi dan sistem pelayanan restoran *fastfood* pada kenyataannya relatif dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam proses pembeliannya.

Segmen pasar dan target pasar sasaran *fastfood* di Yogyakarta sebagian besar adalah pasar lokal dari semua golongan dan hanya sedikit tamu asing. Bagi tamu asing, tempat makan seperti ini biasanya merupakan pilihan terakhir dinegaranya, karena terkait dengan isu kesehatan. Kondisi persaingan tersebut menuntut kombinasi strategi pemasaran yang tepat, untuk mencapai pasar sasaran. Pasar sasaran *fastfood* meliputi pasar pelanggan baru (calon pelanggan). Jadi peningkatan pangsa pasar memerlukan peningkatan volume penjualan yang relatif melebihi pesaing dengan jalan mempertahankan pasar pelanggan sekarang dan merebut pasar pelanggan baru.

Rocket Chicken adalah Perusahaan kemitraan yang bergerak di bidang Fastfood dengan produk unggulan, Fried chicken, burger, steak dan Chinese food dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas halal dengan cita rasa yang khas dengan harga yang terjangkau bagi semua kalangan.

Berdasarkan wawancara dengan pimpinan pencapaian dan target penjualan produk Rocket Chicken pada setiap harinya mengalami fluktuasi. Meskipun pada hari-hari tertentu penjualan meningkat, tetapi penjualan tersebut dikatakan belum optimal karena belum mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh Rocket Chicken. Selain itu lokasi Rocket Chicken memang cukup strategis karena mudah dijangkau tetapi sebagian pelanggan mengatakan area parkir di Rocket Chicken kurang luas sehingga pelanggan kesulitan untuk memarkirkan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pengalaman Pemasaran, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen Rocket Chicken Cabang Yogyakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pengalaman Pemasaran, dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Rocket Chicken Cabang Yogyakarta secara parsial?

2. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pengalaman Pemasaran, dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Rocket Chicken Cabang Yogyakarta secara Simultan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pengalaman Pemasaran, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Rocket Chicken Cabang Yogyakarta secara parsial.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pengalaman Pemasaran, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Rocket Chicken Cabang Yogyakarta secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran berupa pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan Pengalaman pemasaran terhadap kepuasan konsumen kepada manajemen, Khususnya Rocket Chicken.
2. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kepustakaan dan menyajikan informasi mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, pengalaman pemasaran, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

3. Dengan melakukan penelitian, diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berguna bagi peneliti untuk dapat berfikir secara analisis dan dinamis di masa yang akan datang

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, maka dibuat rancangan penulisan yang mana dalam penelitian ini terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan yaitu tentang analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pengalaman Pemasaran, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. Selain itu juga memuat hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan diuraikan tentang populasi, sampel dan metode pengambilan sampel, sumber data dan data, variabel – variabel penelitian dan metode pengumpulan data, metode analisa data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian serta menyajikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran – saran yang diberikan berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan sebelumnya.