

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan makanan cepat saji umumnya adalah perusahaan waralaba dengan rantai pasokan supaya terus menerus mengawasi makanan dan persediaan mentah atau siap saji. Karena aksesibilitas, rasa, biaya murah, metode pemasaran, dan tekanan teman sebaya, gerai makanan cepat saji menarik bagi anak-anak dan remaja. (Jaya, Manish, & Ankit, 2019).

Dalam industri makanan cepat saji, profesional bisnis disarankan untuk memanfaatkan peningkatan permintaan dan pertumbuhan pasar. Semakin banyak pelanggan supaya memilih makanan cepat saji karena gaya hidup mereka supaya sibuk, jumlah gerai makanan cepat saji juga semakin meningkat, supaya menyebabkan pasar menjadi ramai. Untuk menonjol, gerai makanan cepat saji harus menawarkan karakteristik supaya unik dan menarik serta taktik bersaing. Penduduk perkotaan semakin menerima makanan cepat saji sebagai bagian dari gaya hidup mereka dan memilih restoran cepat saji berdasarkan faktor-faktor seperti suasana supaya bersahabat, masakan berkualitas tinggi dan beragam, serta fasilitas supaya menarik. Hal ini menyoroti pentingnya bisnis makanan cepat saji untuk fokus menciptakan suasana positif dan menawarkan beragam makanan berkualitas tinggi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Sektor bisnis di Batam berkembang pesat dan menghadapi tantangan karena semakin banyaknya gerai makanan cepat saji. Untuk bersaing di pasar supaya ramai ini, rantai makanan cepat saji mengadopsi strategi unik untuk menarik pelanggan dan mempertahankan operasinya. Namun, penting bagi pemilik bisnis untuk memiliki strategi supaya didukung dengan baik supaya memenuhi persyaratan internal dan eksternal. Keberhasilan bisnis makanan cepat saji bergantung pada kemampuan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dengan menawarkan makanan berkualitas tinggi, pelayanan prima, dan suasana supaya menyenangkan. Mengadopsi strategi kompetitif supaya tepat dapat membantu bisnis makanan cepat saji meningkatkan pendapatan mereka dan memastikan kesuksesan jangka panjang mereka. Namun, jika strategi tersebut tidak didukung baik secara internal maupun eksternal, maka dapat mengakibatkan kegagalan. Sangat penting bagi bisnis makanan cepat saji untuk memahami pentingnya kepuasan pelanggan dan terus berusaha untuk memenuhi kebutuhan mereka. (Prichard *et al*, 2019).

Pengukuran *service quality* merupakan aspek terpenting supaya menentukan kebahagiaan pelanggan, menurut Norazah & Norbayah (2020). Oleh karena itu, dari sudut pandang pelanggan, layanan supaya ditawarkan oleh staf gerai dan elemen *service quality* supaya meliputi kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan dan bersikap baik dan sopan merupakan komponen supaya paling penting. Lebih lanjut Norazah dan Norbayah (2020) menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan jumlah

pengunjung, faktor *service quality* harus diperhatikan. Dengan memberikan layanan supaya luar biasa, Anda dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Bisnis supaya mengutamakan kualitas layanan supaya tinggi dapat sangat memengaruhi kebahagiaan pelanggan. Kualitas layanan lebih dari sekadar menangani pertanyaan dan keluhan pelanggan, tetapi juga melibatkan penyediaan solusi untuk masalah pascapenjualan dan menawarkan nilai supaya melebihi harapan pelanggan. Waktu respons supaya cepat, aksesibilitas, dan tenaga penjualan supaya berpengalaman adalah elemen kunci dari kualitas layanan supaya tinggi.

Penting bagi perusahaan untuk memahami apa supaya diinginkan pelanggan karena persepsi dan harapan mereka sangat memengaruhi kepuasan mereka dengan pembelian mereka. Kualitas layanan supaya buruk dapat mengakibatkan penurunan pesanan pelanggan dan bahkan penolakan produk, supaya menyebabkan kekurangan dan kepuasan pelanggan supaya lebih rendah.

Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama bagi perusahaan dalam operasinya. Memberikan kualitas layanan supaya tinggi dapat menarik dan mempertahankan pelanggan dan menjadi kunci sukses dalam bisnis. Bisnis harus bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan melebihi harapan mereka untuk mencapai kepuasan pelanggan dan membangun basis pelanggan supaya loyal.

Faktor kunci supaya mungkin mempengaruhi pilihan pembelian adalah kualitas layanan. Menurut (Tjiptono & Candra, 2017:77) dalam (Janah, 2017), kualitas pelayanan ditentukan dengan membandingkan tingkat pelayanan perusahaan dengan harapan pelanggan. Layanan suatu perusahaan dapat dianggap sangat baik atau berkualitas tinggi jika dapat memuaskan pelanggan. Pelanggan dapat tetap setia pada bisnis jika mereka senang dengan layanan supaya ditawarkan. Agar bisnis dapat berkembang dan mampu meningkatkan kualitas dan kepercayaan pelanggan maka kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan. Perusahaan harus dapat memberikan layanan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dan komersial serta kebiasaan pelanggan dan kehidupan pelanggan. Strategi kualitas layanan supaya dibuat perusahaan dapat digunakan untuk mengukur seberapa baik kinerja bisnis dalam menawarkan layanan berkualitas tinggi. Perusahaan makanan cepat saji dapat dikatakan masih memiliki kualitas layanan supaya tidak memadai, harga supaya tidak konsisten, dan promosi supaya tidak menarik.

Biaya merupakan faktor penting bagi pelanggan. Kualitas suatu barang akan dapat ditentukan dari harganya. Jelas bahwa barang mahal seringkali memiliki kualitas lebih tinggi dan karenanya lebih mahal. Harga (price) didefinisikan oleh (Payne (2019: 28) dalam (Sinambow, 2018) sebagai jumlah supaya dibayarkan ditambah syarat atau ketentuan tambahan supaya berkaitan dengan transaksi. Menurut (Tjiptono, 2018: 31) dalam (Sinambow, 2018), penetapan harga adalah kombinasi dari strategi dan taktik, termasuk tingkat harga, struktur diskon, kondisi pembayaran, dan tingkat diskriminasi

harga di antara kelompok pelanggan supaya berbeda. Penetapan harga harus mempertimbangkan aspek-aspek supaya mempengaruhinya baik secara langsung maupun tidak langsung karena harga menjadi perhatian di sektor bisnis. Biaya bahan mentah, manufaktur, dan pemasaran semuanya memiliki dampak langsung. Diskon untuk dealer dan pelanggan, serta harga jual barang supaya sebanding supaya dipasok oleh perusahaan lain, adalah *Variable* tidak langsung.

Saat membeli barang atau layanan, pelanggan umumnya mempertimbangkan *price* dengan hati-hati. Menawarkan *price* supaya kompetitif membantu mempertahankan minat pelanggan pada barang atau jasa, (Samah *et al*, 2021). Pelanggan mungkin bergantung pada berbagai sumber referensi dari pesaing lain saat mengevaluasi *price* untuk membuat pilihan supaya lebih baik (Bolton, Warlop & Alba, 2021). *Price* merupakan penentu utama dalam kepuasan pelanggan, menurut Hanaisha (2019), supaya sesuai dengan penelitian terbaru oleh Gagich, Tesanovic, dan Jovicic (2020), Kaura (2019), dan Bhattacharya, Sengupta, dan Mishra (2019).

Food quality adalah bagian penting dari operasi gerai, dan akibatnya sangat memengaruhi kepuasan pelanggan dan kemungkinan melakukan pembelian berulang (Namkung & Jang, 2020). Pelanggan menilai *food quality* sebelum memilih untuk mengunjungi gerai cepat saji atau tidak, menurut Sulek dan Hensley (2019). Konsekuensinya, *food quality* sangat signifikan dalam menghadirkan kualitas fundamental sebuah korporasi. Mirip dengan supaya dikatakan Perry (2019) bahwa

gerai harus menjamin *food quality* untuk menyenangkan pelanggan dan sesuai dengan harapan mereka.

Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, *physical environment* gerai harus ditingkatkan. Menurut penelitian terbaru, suasana fisik gerai berpengaruh terhadap kebahagiaan pelanggan (Nasir *et al.*, 2020). Canny (2020) mengatakan bahwa *physical environment* gerai memiliki pengaruh besar dalam kemampuannya untuk menonjol dari pesaing dengan memberikan layanan pelanggan supaya baik dalam suasana supaya nyaman. Selain itu, *physical environment* supaya dirancang dengan baik memiliki fungsi vital dalam memengaruhi pilihan pra-pembelian dan perilaku pasca-pembelian pelanggan saat mengukur kebahagiaan mereka dengan kualitas barang dan jasa penyedia layanan (Bitner, 2019).

Jangan abaikan sektor kuliner dalam iklim bisnis supaya sangat kompetitif saat ini; itu sangat diminati dan selalu dibutuhkan. Tentunya hal ini menimbulkan banyak persaingan, sehingga pemilik bisnis harus terus mempertimbangkan bagaimana mempertahankan perusahaannya tetap aktif dalam menghadapi persaingan supaya semakin ketat dan memahami pentingnya pelanggan dalam kesuksesan perusahaannya. DiIndonesia, hal ini berkembang pesat untuk mendukung perluasan usaha makanan seperti gerai. Pada tahun 2022, sektor makanan dan minuman juga mengalami pertumbuhan sebesar 9,23%.

Konsumsi makanan cepat saji semakin meningkat, terutama di daerah perkotaan, diikuti dengan peningkatan permintaan akan pengiriman makanan supaya cepat dan

nyaman. Minat pasar supaya besar terhadap industri waralaba fast food diIndonesia terlihat dari pertumbuhan supaya luar biasa dari jumlah waralaba gerai fast food luar negeri supaya tersedia.

1.2 Identifikasi Masalah

Berlandaskan latar belakang supaya sudah dijelaskan sebelumnya, permasalahan supaya ada saat ini adalah perluasan gerai cepat saji di Kota Batam dan banyaknya pilihan supaya tersedia sehingga menyebabkan penutupan beberapa gerai cepat saji karena resesi dan kebukanmampuan mereka untuk bersaing dan mempertahankan pelanggan. Karena masalah ini, penulis bertujuan untuk menyelidiki faktor apa supaya membuat pelanggan gerai cepat saji bukan puas untuk berhenti dan menggurui gerai cepat saji pesaing daripada perusahaan makanan cepat saji mereka saat ini.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya meneliti pelanggan gerai cepat saji supaya berumur barangtiff, membeli makanan cepat saji KFC supaya ada di Kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Sebelum melakukan penelitian dalam sebuah penelitian, masalah supaya perlu ditangani harus diidentifikasi. Dalam penelitian ini, topik utama berikut akan diangkat:

1. Bagaimana pengaruh *price* terhadap *customer satisfaction*?
2. Bagaimana pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction*?

3. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction*?
4. Bagaimana pengaruh *physical environment* terhadap *customer satisfaction*?
5. Bagaimana pengaruh *price, food quality, service quality* dan *physical environment* terhadap *customer satisfaction*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah supaya telah diuraikan di sub-bab sebelumnya, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis pengaruh *price* terhadap *customer satisfaction*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction*.
3. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction*.
4. Untuk menganalisis pengaruh *physical environment* terhadap *customer satisfaction*.
5. Untuk menganalisis pengaruh *price, food quality, service quality* dan *physical environment* terhadap *customer satisfaction*.

1.6 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat supaya dapat diberikan dari penelitian ini adalah:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dapat membawa keuntungan dalam hal pembangunan ekonomi, khususnya melalui manajemen pemasaran, teknik dan metode supaya digunakan sehubungan

dengan kepuasan pelanggan dalam hal *price, food quality, service quality*, dan *physical environment*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis supaya dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Sehingga penulis dapat menambah pengetahuan penulis tentang *customer satisfaction* mengenai *price, food quality, service quality*, dan *physical environment*.
2. Bagi perusahaan, penelitian dapat memperkenalkan ide-ide supaya dapat dijadikan bahan diskusi bagi perusahaan mengenai pentingnya *price, food quality, service quality*, dan *physical environment* dalam pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh gerai cepat saji di Batam untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dengan memperhatikan *price, food quality, service quality*, dan *physical environment*. Serta fokus pada *customer satisfaction* untuk mencapai tujuan gerai.