

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fungsi, kualitas dan *benefits* dari suatu produk merupakan fokus perhatian konsumen. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisannya yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dalam segala perubahan sehingga tidak akan berpaling ke produk lain, ataupun ke produk substitusi.

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang akan selalu dibutuhkan dari waktu ke waktu. Seiring dengan bertambahnya jumlah produk, maka kebutuhan akan pangan pun terus bertambah. Hal ini membuat pasar dari produk – produk makanan tidak akan habis, melainkan akan terus bertambah.

Sekarang konsumen semakin dimanjakan dengan berbagai macam pilihan produk makanan. Persaingan antar produsen pun semakin ketat, sehingga produsen harus pintar memprediksi apa yang diinginkan oleh

konsumennya. Saat ini banyak terdapat produsen yang padat modal mulai menyingkirkan para pesaingnya dengan modal yang relatif kecil.

Salah satu produsen penyedia makanan yang sangat padat modal adalah Mc Donald`s. Mc Donald`s adalah rangkaian rumah makan siap saji terbesar di dunia. Hidangan utama di restoran – restoran Mc Donald`s adalah hamburger, namun mereka juga menyajikan minuman ringan, kentang goreng, fillet ayam, ayam goreng, dan hidangan – hidangan lokal yang disesuaikan dengan tempat restoran itu berada.

Sampai pada tahun 2009, Mc Donald`s mempunyai lebih dari 32.000 restoran di lebih dari 100 negara, dengan pertumbuhan penjualan diatas 5% dan pendapatan diatas 7%. Di tahun 2010, Mc Donald`s membuka lebih dari 1000 restoran baru.

Lambang Mc Donald`s adalah dua busur berwarna kuning yang biasanya dipajang di luar rumah – rumah makan mereka dan dapat segera dikenali oleh masyarakat luas.

Restoran Mc Donald`s pertama didirikan pada tahun 1940 oleh dua bersaudara, Dick dan Mac McDonald, di San Bernardino, California. Mereka memperkenalkan “Speedee Service System” pada tahun 1948, yang kemudian menjadi prinsip dasar restoran siap saji modern. Maskot awal Mc Donald`s yang bernama Speede, adalah seorang pria dengan kepala berbentuk hamburger yang menggunakan topi koki. Speede kemudian digantikan oleh Ronald McDonald di tahun 1963. McDonald`s saat ini tidak menjadikan

tahun 1940 sebagai tahun kelahiran restoran Mc Donald`s. Mereka memilih 15 April 1955, ketika Ray Kroc membeli lisensi waralaba Mc Donald`s dari Dick dan Mac di Des Plaines, Illinois, sebagai hari kelahirannya. Kroc kemudian membeli saham dari Mc Donald`s bersaudara dan memimpin perusahaan ini melakukan ekspansi ke seluruh dunia. Saham Mc Donald`s mulai dijual kepada publik di tahun 1965.

Restoran Mc Donald`s pertama di Indonesia terletak di Sarinah, Jakarta dan dibuka pada 23 Februari 1991. Berbeda dari kebanyakan restoran Mc Donald`s di luar negeri, Mc Donald`s di Indonesia juga menjual ayam goreng dan nasi.

Walaupun memiliki inovasi yang menarik dan terus berkembang, belum tentu hal tersebut merupakan jaminan kesuksesan bila pihak restoran Mc Donald`s tidak memperhatikan masalah kepuasan dari konsumen. Sehingga untuk dapat bertahan dan terus berkembang, pihak restoran Mc Donald`s harus mampu mengetahui keinginan konsumen. Dengan mengetahui keinginan konsumen, diharapkan dapat mengembangkan jasa yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

Tingkat kepuasan adalah perbedaan apa yang diterima konsumen dengan apa yang diharapkan oleh konsumen (ekspektasi). Konsumen akan merasa senang dan puas, bila *gap* (perbedaan) antara apa yang dirasakan dengan apa yang diterima semakin kecil. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen ini akan dilakukan dengan metode Servqual. Metode ini digunakan

untuk menghitung perbedaan (*gap*) antara apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang diterima konsumen. Untuk lima dimensi Servqual, yaitu *tangibles, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy*. Untuk itu perlu diketahui tingkat kepuasan konsumen serta dimensi kualitas apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

Banyak hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti kualitas, harga, kelengkapan, lokasi, fasilitas, atmosfer, serta pelayanan. Kualitas dan harga selalu mendominasi sebagai faktor yang sangat penting terhadap kepuasan konsumen. Tetapi penulis ingin mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor pelayanan yang telah dirasakan, berdasarkan sudut pandang konsumen.

Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan jasa yang diberikan restoran Mc Donald’s di Bandung.”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

“Untuk mengetahui apakah konsumen sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran Mc Donald`s di Bandung, berdasarkan dimensi – dimensi kualitas Pelayanan.”

1.4. Manfaat Penelitian

- Bagi pihak Restoran

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan saran yang berguna untuk meningkatkan dimensi kualitas pelayanan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

- Bagi Peneliti

Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan program studi S1 Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen di Universitas Maranatha Bandung.

- Bagi Pembaca

Agar pembaca bisa lebih memahami tentang kualitas pelayanan jasa dan lebih kritis terhadap kualitas pelayanan serta kepuasan.