

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin ketat sekarang ini yang melibatkan industri di bidang makanan di Indonesia dipicu oleh perubahan pola makan masyarakat kota yang gemar makan di luar, dan jumlah penduduk Indonesia yang besar merupakan daya tarik yang mendorong berbagai kalangan pengusaha untuk melakukan investasi bisnis ke bidang restoran Istianto dan Tyra (2021:214). Saat ini usaha restoran cepat saji di Indonesia terus berkembang, bahkan bisnis ini mulai menjamur di kota-kota kecil. Produk makanan cepat saji (Fastfood) sangat dipilih masyarakat perkotaan karena kepraktisannya dalam mengonsumsi makanan tersebut. Fastfood sendiri telah menjadi gaya hidup ciri masyarakat yang modern Widaningrum (2021:214).

Salah satu jenis makanan siap saji yang bergerak di bidang kuliner dalam bentuk produk makanan lokal adalah *Lets Go Chicken*. *Lets Go Chicken* adalah salah satu penyedia kebutuhan makanan siap saji berupa ayam goreng *crispy*. Daya konsumsi makanan siap saji yang tinggi membuat bisnis *Lets Go Chicken* ini berkembang cukup pesat di kalangan masyarakat. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk selalu memberikan harga, kualitas produk, yang baik supaya terciptanya kepuasan pelanggan.

Pada era digital saat ini menyebabkan perubahan gaya hidup dalam berbagai aspek. Semua menginginkan sesuatu yang instan, mudah dan praktis. Tak terkecuali dalam hal makanan. Masyarakat modern saat ini, sangat menyukai makanan cepat saji. Salah satu makanan cepat saji yang paling banyak disukai masyarakat adalah ayam goreng *crispy*. Ayam goreng *crispy* menjadi menu andalan atau favorit bagi mereka yang tidak memiliki waktu banyak untuk membuat makanan atau masakan. Ketertarikan ini pada dasarnya disebabkan oleh mobilitas masyarakat perkotaan yang semakin cepat dan menyukai segala sesuatu yang praktis, didukung dengan padatnya aktivitas keluarga di luar rumah sehingga tidak ada waktu untuk menyiapkan makanan.

Dalam era persaingan yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang memengaruhi kesuksesan suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu memberikan harga dan kualitas produk yang memenuhi harapan pelanggan memiliki peluang yang lebih besar untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka Kotler & Amstrong (2017:31).

Dari hasil wawancara dengan bapak Jaja Sukaesih selaku kepala cabang Restoran *Lest Go Chicken* yang berlokasi di Bojong Rawalumbu Jembatan 06 Kecamatan Rawalumbu Kota Bekasi, beliau mengatakan bahwa terjadinya penurunan setiap bulan, akibat permasalahan yang ada di harga dan kualitas produk bisa dilihat dari tabel jumlah penjualan.

Tabel 1.1
Jumlah Penjualan Produk *Lets Go Chicken* yang terjual pada tahun 2023.

Bulan	Ayam/Potong	Kentang/Pcs	Roti/Pcs
Januri	670/Potong	450/Pcs	430/Pcs
February	624/Potong	410/Pcs	405/Pcs
Maret	595/Potong	389/Pcs	370/Pcs

Sumber: *Lets Go Chicken* Rawalumbu, Bekasi.

Dari data di atas menunjukkan adanya penurunan jumlah penjualan produk mulai dari ayam, kentang, dan juga roti. Merosotnya penjualan *Lets Go Chicken* disebabkan oleh adanya perubahan ukuran produk yang tidak konsisten setiap pengiriman dari pihak pusat kepada cabang *Lets Go Chicken*, bulan Januari penjualan untuk produk ayam mencapai 670/potong, untuk produk kentang mencapai 450/pcs, dan produk roti mencapai 430/pcs. Sedangkan pada bulan Februari penjualan untuk produk ayam menurun menjadi 624/potong, untuk produk kentang menjadi 410/pcs, dan untuk produk roti mencapai 405/pcs. Dan pada bulan Maret penjualan untuk produk ayam menurun menjadi 595/potong, untuk produk kentang menjadi 389/pcs, dan produk roti menjadi 370/pcs. Rendahnya kepuasan konsumen disebabkan oleh harga dan kualitas produk *Lets Go Chicken* yang belum memenuhi harapan dari konsumen menyebabkan kerugian yang akhirnya kehilangan konsumennya, menjaga kepuasan konsumen merupakan hal penting yang harus dipertahankan agar tetap setia dalam menggunakan produk baik barang maupun jasa dari perusahaan tersebut. Hal ini membuat perusahaan terus berusaha meningkatkan mutu dan servis kepada konsumen.

Menurut Indrasari (2019:82) dikatakan jika kepuasan konsumen merupakan seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan

pelanggan yaitu tingkat perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan jasa/produk yang diterima dan yang diharapkan Zulkarnaen, et al (2018:109).

Berdasarkan hasil Pra-Survei yang dilakukan oleh peneliti kepada 20 responden yang sudah pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali di restoran *Lets Go Chicken*, didapatkan informasi yang dapat dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1.2
Hasil Prasurvei Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Persentase
1	Apakah harga dan kualitas produk lets go chicken sesuai dengan yang diharapkan konsumen	30%	70%	100%
2	Apakah menu makanan dan minuman lets go chicken sangat higienis dan sehat	40%	60%	100%
3	Apakah produk lets go chicken lebih baik dengan produk yang lain	30%	70%	100%
4	Apakah pelanggan sudah merasa puas terhadap harga dan kualitas yang diberikan	30%	70%	100%
5	Apakah lets go chicken sudah baik dalam penyelesaian masalah terhadap komplain konsumen	35%	65%	100%

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan permasalahan pada kepuasan pelanggan yang terdapat pada *Lets Go Chicken*, yaitu 70% responden menyatakan bahwa harga dan kualitas produk masih belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. 60% responden menyatakan masih belum begitu higienis dan sehat. 70% responden menyatakan bahwa produk *Lets Go Chicken* masih belum baik dengan produk pesaing. 70% responden menyatakan bahwa produk *Lets Go Chicken* masih belum puas soal harga dan kualitas yang diberikan dan 65% responden menyatakan bahwa keluhan konsumen masih belum baik ditanggapi oleh karyawan *Lets Go Chicken* sehingga menyebabkan kurang puasnya konsumen kepada pihak *Lets Go Chicken*.

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut Kotler dan Keller (2016:147). Harga juga sangat menentukan kepuasan pelanggan karena kenapa dengan adanya produk yang murah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Harga merupakan faktor yang sangat penting diperhatikan dalam pemasaran, bukan saja kualitas tetapi harga juga yang paling utama diperhatikan karena masyarakat kebanyakan lebih tertarik dengan harga yang murah.

Berdasarkan hasil perbandingan harga yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa kompetitor, berikut informasi yang dapat dilihat pada tabel 1.3

Tabel 1.3
Perbandingan Harga Produk Fried Chicken Kompetitor di Rawalumbu Bekasi

No	Nama Perusahaan	Macam-Macam Harga Produk		
		Ayam	Kentang	Roti
1	<i>Lets Go Chicken</i>	Rp 15.000	Rp 14.000	Rp 18.000
2	Lazzato	Rp 14.000	Rp 13.000	Rp 17.000
3	Oriental	Rp 14.000	-	-
4	Nikita	Rp 13.000	-	-
5	Hisana	Rp 14.000	Rp 14.000	Rp 18.000

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa perusahaan Lets Go Chicken dengan harga ayam sebesar Rp15.000, kentang Rp14.000, roti Rp18.000 dengan pesaing Lazzato memiliki harga ayam sebesar Rp14.000, kentang Rp13.000, roti Rp17.000, dengan pesaing Oriental dengan harga ayam sebesar Rp14.000, pesaing Nikita memiliki harga ayam Rp13.000, dan pesaing Hisana memiliki harga ayam sebesar Rp14.000, kentang Rp14.000 dan roti Rp18.000.

Dapat disimpulkan bahwa perbandingan harga dari Lets Go Chicken dengan pesaingnya dari Lazzato Oriental Nikita dan Hisana yang memiliki harga yang lebih terjangkau. Ketatnya persaingan bisnis dibidang kuliner membuat perusahaan meningkatkan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama untuk memenangkan persaingan. Konsumen yang puas biasanya membeli Kembali produk tersebut tanpa memikiran untuk membeli produk pesaing.

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran *Lets Go Chicken* Rawalumbu Jembatan 06”.

Peneliti mewawancarai beberapa responden untuk memperkuat hasil observasi. Hasilnya diketahui bahwa kepuasan pelanggan menjadi sebuah tolak ukur untuk memenuhi seberapa puaskah pelanggan tersebut dalam melakukan pembelian di *Lets Go Chicken*. Berdasarkan hasil Pra-Survei yang dilakukan oleh peneliti kepada 20 responden yang sudah pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali di restoran *Lets Go Chicken*, didapatkan informasi yang dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 1.4
Hasil Prasurevei Harga

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Persentase
1	Apakah harga produk yang ditawarkan <i>lets go chicken</i> bervariasi dan terjangkau oleh konsumen	20%	80%	100%
2	Apakah harga ayam yang ditawarkan oleh <i>lets go chicken</i> sesuai dengan kualitas yang diberikan	30%	70%	100%
3	Apakah harga produk <i>lets go chicken</i> dapat bersaing dengan produk lainnya	30%	70%	100%
4	Apakah harga yang ditawarkan <i>Lets go chicken</i> sesuai dengan manfaat yang diberikan	30%	70%	100%

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1.4 menunjukkan permasalahan pada harga yang terdapat pada *Lets go chicken*, yaitu 80% responden menyatakan harga yang ditawarkan masih kurang bervariasi dan terjangkau. 70% responden menyatakan harga ayam yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan kepada konsumen. 70% responden menyatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh *Lets go chicken* belum bisa bersaing dengan produk lainnya dan 70% responden menyatakan harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan manfaat yang diberikan kepada konsumen Dengan adanya permasalahan seperti ini juga sangat memengaruhi kepuasan pelanggan pada *Lets go chicken*. Seperti penelitian terdahulu yang diteliti oleh Basir et al (2015:72), menunjukkan harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain harga, kualitas produk juga merupakan faktor kunci dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Budiyanto (2016:490) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelanggan mengharapkan produk yang berkualitas, sesuai dengan yang dijanjikan, dan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Produk yang tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan pelanggan dapat menimbulkan ketidakpuasan, pengembalian produk, atau bahkan mengakibatkan kerugian bagi pelanggan. Sebaliknya, produk yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun reputasi positif perusahaan, dan menciptakan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil Pra-Survei yang dilakukan oleh peneliti kepada 20 responden yang sudah pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali di restoran *Lets Go Chicken*, didapatkan informasi yang dapat dilihat pada tabel 1.5

Tabel 1.5
Hasil Prasurvei Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	persentase
1	Apakah produk <i>Lets Go Chicken</i> sudah sesuai dengan kinerja standar kelayakan produk	20%	80%	100%
2	Apakah produk <i>Lets go chicken</i> sesuai dengan standar kualitas yang ditawarkan	30%	70%	100%
3	Apakah Produk <i>Lets Go Chicken</i> memiliki ukuran yang sesuai	30%	70%	100%
4	Apakah produk <i>Lets Go Chicken</i> memiliki estetika yang cukup baik	30%	70%	100%
5	Apakah kualitas produk yang ditawarkan sudah memberikan kesan yang positif	30%	70%	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1.5 menunjukkan permasalahan pada kualitas produk yang terdapat pada *Lets Go Chicken*, yaitu 80% responden menyatakan bahwa standar kelayakan produk belum sesuai dengan kinerja menurut para pelanggan. 70% responden menyatakan standar kualitas produk yang di tawarkan belum sesuai. 70% responden menyatakan bahwa ukuran produk *Lets Go Chicken* belum sesuai. 70% responden menyatakan bahwa produk *Lets Go Chicken* belum memiliki estetika yang cukup baik dan 70% responden menyatakan bahwa kualitas produk yang tawarkan belum memberikan kesan yang positif kepada para konsumen. Dengan adanya permasalahan seperti ini juga sangat memengaruhi kepuasan pelanggan pada restoran *Lets Go Chicken*. Seperti penelitian terdahulu yang diteliti oleh Yafie, Suharyono, Yusri (2016:11) pengaruh kualitas produk dan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan (studi pada pelanggan *food and beverage 8 oz coffe studio Malang*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Jasa berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan baik secara simultan dan parsial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran *Lets Go Chicken* ?.
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di restoran *Lets Go Chicken* ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada restoran *Lets Go Chicken*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan terhadap restoran *Lets Go Chicken*

1.3.2 Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada pihak *Lets Go Chicken* yang berada di pusat untuk bertindak cepat pada masalah ini, apabila tidak di tindak lanjuti sesegera mungkin masalah yang ada di latar belakang penelitian, maka kemungkinan *Lets Go Chicken* akan kekurangan cabang dan membuat kerugian bagi pihak *Lets Go Chicken*.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan pertimbangan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan topik permasalahan yang sama, yaitu tentang harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di restoran makanan cepat saji *Lets Go Chicken* di cabang manapun.

1.4 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Kepuasan konsumen merupakan seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Dengan memahami perilaku konsumen secara

tepat, perusahaan akan mampu memberikan kepuasan yang tepat sesuai keinginan konsumen, tujuan pembelian yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sendiri ataupun dikonsumsi.

Mengingat begitu banyaknya masalah yang harus diatasi, agar peneliti ini dapat fokus membahas lebih tuntas dan mencapai sasaran, maka perlu membahas masalah :

1. Masalah penelitian dibatasi hanya pada faktor harga dan kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Studi akan dilakukan kepada konsumen yang sudah pernah membeli *Lets Go Chicken*.

1.5 Sistematika Pelaporan

Hasil dan pembahasan atas masalah penelitian akan dituangkan ke dalam sistematika pelaporan. Sistematika pelaporan hasil penelitian disusun terinci dalam 5 (Lima) bab dan sub bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup atau pembahasan masalah, dan sistematika pelaporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini serta hasil penelitian terdahulu tentang pengendalian kualitas. Dalam bab ini dimuat kerangka pemikiran yang menggambarkan pola pikir dan sistematika pelaksanaan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan desain penelitian mencakup metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, serta teknik pengumpulan data. Instrumen penelitian, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian meliputi: gambaran umum *Lets Go Chicken* deskripsi hasil penelitian, deskripsi sampel penelitian, deskripsi variabel penelitian, objek penelitian serta analisis data hasil analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di restoran *Lets Go Chicken* di Bojong Rawalumbu Jembatan 06.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan simpulan hasil analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran *Lets Go Chicken* di Bojong Rawalumbu Jembatan 06. Di samping itu juga saran yang perlu disampaikan sebagai rekomendasi kepada pihak *Lets Go Chicken* sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam kualitas pelayanan dan kualitas produk di perusahaan tersebut.