

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di Indonesia sekarang ini banyak bermunculan restoran (tempat makan), baik yang berasal dari dalam negeri maupun restoran waralaba dari luar negeri. Restoran adalah tempat tersedianya makanan dan minuman yang dijual dengan harga tertentu dan dengan fasilitas – fasilitas penunjang lainnya (Karamoy, 2000). Diantara berbagai macam jenis restoran, jenis restoran *fast food* adalah restoran yang paling banyak peminatnya (Torsina, 2000).

Perkembangan serta pelayanan pada restoran *fast food* dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan dalam hal kualitas jasa maupun kualitas produk diantara sekian banyaknya restoran *fast food* yang ada di Indonesia. Salah satu restoran *fast food* yang banyak ditemui di Indonesia adalah restoran KFC. Di wilayah Sumbar, KFC mempunyai 7 cabang/outlet. Dari ke-7 outlet, enam diantaranya berada di Kota Padang dan satu outlet berada di Kota Bukit Tinggi. Salah satu outlet yang ada di Kota Padang adalah KFC Cabang Ahmad Yani.

Restoran KFC Cabang Ahmad Yani Padang, merupakan restoran yang terbaru dari semua restoran KFC yang ada di Kota Padang, dan restoran KFC Cabang Ahmad Yani mempunyai pelayanan yang cukup lengkap dibandingkan dengan KFC cabang yang lain di Kota Padang, contohnya yaitu satu-satunya KFC yang membuka pelayanan 24 jam. Hal tersebut menjadi keunggulan bagi restoran KFC Cabang Ahmad Yani. Namun, dengan banyaknya restoran yang sejenis maupun restoran biasa, memungkinkan terjadinya persaingan yang sangat ketat. Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi

lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2000).

Di Kota Padang terdapat 293 restoran/rumah makan, baik restoran cepat saji maupun restoran biasa (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2013). Hal ini menuntut restoran KFC Cabang Ahmad Yani untuk menerapkan strategi persaingan yang tepat. Dalam kondisi yang ketat, pengukuran kepuasan pelanggan menjadi sangat penting untuk menerapkan strategi persaingan yang tepat. Untuk mengukur kepuasan pelanggan, salah satu caranya adalah dengan melihat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan/jasa yang diberikan.

Ada beberapa dimensi dari kualitas pelayanan jasa seperti *reliability* (keandalan), *responsiveness* (kesigapan), *assurance* (kepastian), *empathy* (empati), *tangible* (berwujud) (Kotler, 2000). Namun dari keunggulan yang ada, pelanggan masih mendapatkan keluhan dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran KFC Cabang Ahmad Yani. Ini dibuktikan dengan tidak berfungsinya pengering tangan tanpa disediakan tisu sebagai penggantinya, tempat shalat yang kurang nyaman yaitu berada di lantai paling dasar dekat dengan parkir roda dua. Sehingga pelanggan yang ingin beribadah merasa terganggu atau kurang tenang.

Selain hal tersebut, yang dikeluhkan pelanggan adalah kesediaan tempat parkir, khususnya parkir roda empat. Lahan parkir yang disediakan dapat menampung sekitar 7-10 mobil saja. Sehingga pada saat pengunjung sedang ramai, pelanggan memarkir kendaraannya di bahu jalan raya. Hal tersebut membuat pelanggan merasa kurang dengan pelayanan yang diberikan. Situasi ini menjadi penting untuk diketahui oleh restoran agar lebih meningkatkan kualitas

pelayanan, sehingga terciptanya kepuasan pelanggan. Dengan demikian, pelanggan akan menilai restoran yang mampu memunculkan keunggulan dalam persaingan dengan restoran lainnya. Seperti yang diungkapkan oleh Setiawati (2006) dalam penelitiannya tentang pengaruh kualitas jasa terhadap intensitas pembelian konsumen, menyatakan bahwa kualitas jasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensitas pembelian. Berdasarkan uraian dan permasalahan yang telah dipaparkan, maka akan dilakukan penelitian yang berjudul “**Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji KFC Cabang Ahmad Yani Padang**”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana karakteristik pelanggan dan karakteristik pembelian di restoran cepat saji KFC Cabang Ahmad Yani Padang ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di restoran cepat saji KFC Cabang Ahmad Yani Padang ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui karakteristik pelanggan dan karakteristik pembelian di restoran cepat saji KFC Cabang Ahmad Yani Padang
2. Mengetahui tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan di restoran cepat saji KFC Cabang Ahmad Yani Padang.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan informasi dan pertimbangan kepada para pengusaha dalam mengetahui bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan rumah makan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Sebagai bahan evaluasi kinerja dalam hal pelayanan pada konsumen di KFC Cabang Ahmad Yani Padang.
3. Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian selanjutnya.