

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era digital ini pola hidup masyarakat terus mengalami perubahan, baik dari segi teknologi, ilmu pendidikan, maupun dari bisnis. Hal ini menyebabkan adanya perubahan pola berbelanja masyarakat yang semakin selektif, juga karena adanya perbedaan cara pandang Pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan produsen. Seperti halnya dalam sektor bisnis makanan, bisnis makanan dari dulu sampai sekarang persaingan juga mengalami perkembangan yang terus mengikuti perkembangan zaman. Para pengusaha bersaing secara ketat menciptakan makanan dengan bentuk dan rasa yang unik yang belum pernah ada di masyarakat. Ini dilakukan untuk menarik pelanggan untuk membeli dan membeli produknya secara berulang-ulang sehingga terciptanya loyalitas pada pelanggan.

Kentucky Fried Chicken atau KFC merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produk makanan yang berasal dari Amerika Serikat namun sangat terkenal di Indonesia salah satunya di Kota Padang . Kentucky Fried Chicken berdiri pertama kali di buka di Indonesia pada tahun 1979. Kentucky Fried Chicken KFC merupakan salah satu cabangnya yang ada di kota Padang. Visi dari Kentucky Fried Chicken adalah Selalu menjadi merek restoran cepat saji Nomor 1 di Indonesia dan mempertahankan kepemimpinan pasar dengan menjadi restoran yang modern dan terfavorit dalam segi produk, harga, pelayanan , dan fasilitas.

Misi dari adalah semakin memperkuat citra merek KFC dengan strategi-strategi dan ide-ide yang inovatif, terus meningkatkan suasana bersantap yang tiada bandingannya dan konsisiten memberikan produk, layanan, serta fasilitas restoran yang selalu berkualitas mengikuti kebutuhan dan selera Pelanggan yang terus berubah-ubah. Salah satu upaya KFC adalah terus mengembangkan gerainya di berbagai daerah. dalam memenangkan persaingan yang terjadi tersebut yaitu dengan menciptakan jenis makanan yang bermacam-macam bukan hanya ayamnya saja, tapi juga ada makananan yang lainnya seperti burger, soup, perkedel, French fries dan yakini. Tak ketinggalan juga berbagai pilihan menu kfc untuk minuman mulai dari air mineral, pepsi, frestea, copuccino hingga Hot Espresso.

KFC adalah adalah satu restaurant *fastfood* yang mempunyai reputasi yang baik di Indonesia terbukti dengan KFC berhasil memuncaki top brand fastfood di Indonsia seperti yang tertera pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Top Brand Restaurant Fastfood di Indonesia pada tahun 2019

Nama Restaurant	Persentase
KFC	26,2%
MC Donald's	22,4%
A&W	5,4%
Hoka-hoka Bento	5,4%
Richeese Factory	4,3%

Sumber: [//www.topbrand-award.com/en/2019/07/restoran-fastfood-fase-2-2019/](http://www.topbrand-award.com/en/2019/07/restoran-fastfood-fase-2-2019/)

Jika kita lihat dari Top Brand restaurant *fastfood* pada tahun 2019 Pada fase 2 dapat kita lihat berada paling atas dengan 26,2%, Ini juga di dukung dengan keberhasilan KFC di bandingkan *fastfood* lainnya terbukti dari terus di perluasnya pangsa pasar KFC dengan membuka cabang hampir diseluruh negeri. Sedangkan MC Donald` berada di tingkat dua dengan presentasi 22,4%. Di ikuti oleh A& W dengan presentase 5,4% dan di bawahnya ada Hoka-hoka Bento dengan presentase 5,4 % dan di posisi terakhir ada Richeese Factory dengan presentasi 4,3 %. Disana bisa kita lihat KFC mempunyai brand yang baik di mata pelanggan di bandingkan dengan restaurant *fastfood* dari pada pesaingnya.

Penelitian terdahulu dari Toton dan Sukma (2012) faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi (*realibility, responsiveness, assurance, emphaty dan tangibles*) . sebagaimana dalam usaha di bidang restorant tentu pelayanan yang di lakukan oleh perusahaan adalah hal yang di butuhkan pelanggan karena saat mengonsumsi sesuatu tentu perlu suasana yang nyaman, aman , bersih dan juga perhatian tertentu dari perusahaan. Baik itu berkaitan dengan pesanan maupun tentang menanggapi keluhan pelanggan.

Barnes (2003) berpendapat bahwa Membangun kesetiaan pelanggan di awali dengan tahap penciptaan nilai yaitu perusahaan menambahkan nilai kepada pelanggan. Dengan meningkatkan nilai kepada pelanggan dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan dapat mengarah pada tingkat ketahanan pelanggan yang lebih tinggi. Ketika pelanggan bertahan karena merasa nyaman dengan nilai dan pelayanan yang mereka dapat, mereka akan lebih mungkin menjadi pelanggan yang loyal.

Mowen dan Minor (1998) dalam Ahmad Mardalis (2005) mendefinisikan loyalitas sebagai kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang. Sementara itu pada Pritandharn (2015) Dari penelitaian ini Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas diantaranya yaitu: kualitas pelayanan, reputasi merk, dan kepuasan pelanggan.

Di Kota Padang keberadaan KFC di rasakan sejak lama oleh masyarakat. Tidak dapat di pungkiri bahwa mempunyai citra merek yang positif di masyarakat, karena mempunyai produk yang sangat baik. Dan juga pasti ada di setiap daerah Indonesia. Semakin banyaknya usaha makanan berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yaitu adanya persaingan produk yang semakin beragam dengan harga yang juga bervariasi. Hal ini menjadikan Pelanggan semakin selektif. Pelanggan akan memilih yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka KFC harus bisa mempertahankan kepercayaan pelanggan dan terus mempertahankan standar produk yang berkualitas.

Kentucky Fried Chicken yang sudah besar di masyarakat dan menjaga kualitas produk agar konsisten dari waktu-kewaktu. agar dapat menciptakan kepuasan terhadap pelanggan KFC di kota padang.

Di padang KFC sudah mempunya banyak cabang diantaranya adalah KFC Ahmad Yani, KFC Plaza Andalas , KFC Ambacang, KFC Purus , KFC Transmart , KFC Basko Grand Mall, KFC SPBU Khatib Sulaiman dan yang terbaru di resmikan

yaitu KFC yang berada di SPBU Aia Pacah Padang. Walaupun masih terbilang baru, tapi pelanggan KFC SPBU Aia Pacah Padang tak kalah banyak dengan cabang-cabang KFC yang tersebar di kota padang. Tidak bisa di pungkiri bahwa kepercayaan masyarakat akan makanan dari KFC yang sudah di jamin mempunyai kualitas yang baik, juga karena pelayanan yang di berikan juga sangat baik. membantu dalam perkembangan dari penjualan KFC SPBU Aia Pacah Padang yang membuat orang loyal.

Untuk melihat bagaimana loyalitas pelanggan pada KFC SPBU Aia Pacah Padang , maka dilakukanlah survei awal kepada 30 responden.

Tabel 1.1

Survey awal

Tingkat Loyalitas pada pelanggan KFC SPBU Aia Pacah Padang

NO	Pernyataan	STS	TS	AS	S	SS	Rata-rata	Persentase
		1	2	3	4	5		
1	Saya melakukan pembelian di KFC SPBU Aia Pacah Padang secara berulang-ulang	-	2	7	15	6	3,8	76%
2	Saya membeli produk lainnya selain produk utama dari KFC SPBU Aia Pacah Padang	2	5	7	12	4	3,4	68%
3	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli KFC SPBU Aia pacah Padang	6	4	8	11	1	2,9	58%
4	Saya tidak memiliki keinginan untuk membeli produk sejenis produk KFC di tempat lainnya.	5	3	7	9	6	3,3	66%
Rata-rata							3,35	67 %

Sumber : Survei awal April 2020

Dari tabel 1.2 survei awal pada loyalitas pelanggan pada KFC SPBU Aia Pacah dapat kita lihat bahwa pelanggan cukup loyal terhadap KFC SPBU Aia Pacah cukup loyal dengan presentase 67 % . Pada Survei awal ini di berikan 4 item pernyataan, dimana item yang presentasinya paling tinggi yaitu bahwa pelanggan melakukan pembelian di lakukan secara berulang dengan presentase 76 % . sementaa item pernyataan pelanggan membeli produk lainnya selain produk utama presentasinya sebesar 68%, sedangkan item pernyataan pelanggan yang merekomendasikan KFC SPBU Aia Pacah Padang pada orang lain prentase paling rendah yaitu 58% untuk itu perusahaan perlu meingkatkan kualitasnya lagi menjadi tempat yang direkomendasikan ke paada orsng lain. Sementara itu item yang prentase yaitu pada keinginan pelanggan untuk tidak membeli produk sejenis di tempat lainnya hanya 66 % . Untuk membuat pelanggan untuk tetap loyal tentu KFC SPBU Aia Pacah Padang harus terus melakukan inovasi agar pelanggan tidak beralih ke tempat lain\ yang mempunyai produk sejenis di kota padang.

Dengan demikian penulis tertarik melakukan penelitian empiris dengan judul
“ Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas pada KFC SPBU Aia Pacah Padang”

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas dapat kita rumuskan masalah sebagai berikut: Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada KFC SPBU Aia Pacah Padang”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilaksanakannya penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di KFC SPBU Aia Pacah Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian di harapkan dapat bermanfaat bagi pembacanya :

1. Manfaat Akademis

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini nantinya dapat menambah perbendaharaan perpustakaan serta dapat dijadikan sebagai referensi yang bermanfaat bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang loyalitas pelanggan untuk KFC SPBU Aia pacah Padang untuk dapat merumuskan strategi pemasaran mereka guna mempertahankan keunggulan kompetitif dan terus mengembangkan inovasi baru dari KFC SPBU Aia pacah Padang di masa yang akan datang.