

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi di Indonesia telah berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini terlihat sejalan dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka. Salah satu bisnis yang potensial yaitu bisnis restoran, tempat makan atau kuliner. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya restoran baik yang berkelas biasa maupun mewah (Detik Food, 2020)

Perkembangan bisnis restoran membawa konsekuensi semakin di perhatikannya perkembangan penerapan strategi pemasaran ke arah yang lebih kompetitif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa intensitas persaingan dalam bisnis restoran semakin kuat. Jenis restoran seperti ini umumnya berada di lokasi-lokasi yang strategis. Usaha restoran, saat ini menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, terbukti semakin banyaknya restoran lain yang siap saji merambah kota Padang. Jenis restoran yang menyajikan makanan dengan sangat cepat atau siap saji dikenal dengan sebutan restoran *fast food* (Singgalang, 2020).

Berikut tabel 1.1 Top Brand Index tahun 2017 sampai Top Brand Index tahun 2020 pada Restoran *Fast Food*.

**Tabel 1.1**  
**Top Brand Index**

Tahun 2018			Tahun 2019			Tahun 2020		
Merek	TBI (%)	Ket	Merek	TBI (%)	Ket	Merek	TBI (%)	Ket
KFC	41,44	TOP	KFC	31,7	TOP	KFC	33	TOP
MC Donal's	25,93	TOP	MC Donal's	28,2	TOP	MC Donal's	27,5	TOP
A&W	6,77	-	Hoka-Hoka	12,1	TOP	Hoka-Hoka	11,7	TOP
			Bento			Bento		
Pizza Hut	4,50	-	Burger King	9,7	-	Burger King	10,8	-
CFC	3,46	-	CFC	5,7	-	CFC	5,7	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-

*Sumber: Top Brand Index*

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa dari tahun 2018 sampai tahun 2020 Restoran *Fast Food* merek KFC dan MC Donal's selalu mendapatkan predikat TOP dari Top Brand Indonesia. Hoka-Hoka Bento juga mendapatkan predikat TOP dari Top Brand Indonesia mulai tahun 2019 dan 2020, Sementara itu Burger King masuk ke Top Brand Indonesia Mulai dari tahun 2019. Akan tetapi A&W dan Pizza Hut tidak masuk lagi ke Top Brand Indonesia. Restoran *Fast Food* CFC selalu mendapatkan peringkat terendah dari tahun 2018 sampai 2020.

Salah satu restoran *fast food* yang ada di kota Padang, yaitu CFC. California Fried Chicken merupakan salah satu restoran cepat saji ternama yang berada dalam naungan PT. Pioneerindo Gourmet International yang terkenal akan ayam goreng

yang gurih dan garing. Nama merek dagang CFC terkadang membingungkan masyarakat pada umumnya sehingga mengira CFC berasal dari perusahaan asing. Namun sebenarnya, CFC merupakan produk murni asal Indonesia yang memiliki citra rasa sebanding dengan ayam goreng asal Amerika.

Untuk mengetahui loyalitas pelanggan California Fred Chicken (CFC) Ulak Karang Kota Padang dilakukan survei awal kepada 30 orang pelanggan California Fred Chicken (CFC) Ulak Karang Kota Padang. Hasil survei awal dapat diketahui pada tabel 1.2 berikut ini:

**Tabel 1.2**  
**Data Survei Awal Pada Pelanggan California Fred Chicken (CFC)**

No	Pernyataan	Mean	TCR	Keterangan
1	Saya akan terus membeli produk CFC.	2,77	55,4	Tidak Loyal
2	Saya akan melakukan pembelian produk CFC kembali apabila saya membutuhkan makanan cepat saji	2,63	52,6	Sangat tidak Loyal
3	Merekomendasikan CFC kepada orang lain	3,30	66	Cukup Loyal
4	Akan tetap bertahan dengan CFC, walaupun Restoran <i>Fast Food</i> lain menawarkan promo yang menarik.	3,33	66,6	Cukup Loyal
<b>Total Rata-Rata</b>		<b>3</b>	<b>60</b>	<b>Tidak Loyal</b>

*Sumber: Survei Awal (2019)*

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui dari survei awal yang dilakukan pada 30 responden yang berbelanja pada California Fred Chicken (CFC) Ulak Karang Kota Padang. Dari hasil survei awal setelah di dapatkan total rata-rata loyalitas sebesar 3,00 dengan tingkat capaian responden 60%. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan California Fred Chicken (CFC) Ulak Karang Kota Padang adalah pelanggan yang tidak loyal. Hal ini disebabkan oleh pelanggan yang tidak mau menggunakan kembali, merekomendasikan dan bertahan dengan merek California Fred Chicken (CFC).

Loyalitas pelanggan memiliki peran sangat penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2008). Tjiptono (2008) loyalitas merupakan komitmen pelanggan terhadap toko, merek ataupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian berulang secara konsisten.

Hal utama yang diprioritaskan oleh pihak manajemen adalah kepuasan pelanggan atau konsumen agar dapat bertahan, dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang loyal (Schnaars, 1991 dalam Tjiptono & Chandra, 2011). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas dan senang (Kotler dan Keller, 2009).

Menurut penelitian Odunlami dan Matthew (2015) menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Persaingan bisnis yang semakin ketat pada masa kini membuat perusahaan harus lebih memikirkan kualitas dari produk yang akan ditawarkan. Kualitas produk menjadi hal penting dalam perusahaan karena perhatian pada kualitas produk semakin meningkat selama beberapa tahun belakangan ini. Hal ini terjadi karena keluhan konsumen semakin lama semakin terpusat pada kualitas yang buruk dari produk baik pada bahan maupun pekerjaannya (Sangadji dan Sopiah, 2013). Menurut hasil penelitian Minar dan Safitri (2017) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Cekeran Midiun.

Selain itu hal yang mempengaruhi loyalitas adalah citra merek. Menurut Rangkuti (2009) citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dibenak konsumen yang terbiasa menggunakan merek. Citra merek adalah persepsi tentang merek yang digambarkan oleh asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen (Kotler dan Keller, 2009). Menurut penelitian Kumowal, dkk (2016) menemukannya bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Dari uraian latar belakang masalah maka dapat diajukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelanggan California Fred Chicken (CFC) Ulak Karang Kota Padang)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan?
7. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara citra merek dengan loyalitas pelanggan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang ini dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan sebagai pemediasi hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan sebagai pemediasi hubungan citra merek dengan loyalitas pelanggan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi California Fred Chicken (CFC) untuk lebih memahami sejauh mana peranan kualitas produk, citra merek dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan sebagai pengambil kebijakan.

2. Bagi akademis

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen.