

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Permintaan makanan cepat saji semakin meningkat seiring berjalanya waktu hal ini di picu oleh pertumbuhan ekonomi yang pesat dan perubahan gaya hidup masyarakat. Industri makanan cepat saji Indonesia menjadi salah satu pasar terbesar di Asia Selatan. Restoran internasional membuka cabang di Indonesia. Keunggulan restoran cepat saji adalah merek yang kuat, sistem manajemen yang baik, dan kemampuan untuk menyediakan makanan dengan cepat. Selain itu, mereka memiliki anggaran yang sangat besar untuk pemasaran, yang akan memungkinkan mereka untuk memasarkan barang-barang mereka kepada masyarakat umum. Meskipun restoran cepat saji memiliki banyak keuntungan, mempertahankan ekspansi adalah tantangan. Dalam persaingan yang semakin ketat dengan restoran cepat saji lainnya, produk harus terus mengalami inovasi dan peningkatan kualitas.

Persaingan yang ketat di industri ini, mengakibatkan bisnis harus terus berkembang untuk memenuhi ekspektasi pelanggan yang semakin tinggi. Konsumen memilih restoran cepat saji berdasarkan banyak faktor, termasuk kualitas layanan, lokasi, dan inovasi produk. Tingkat kepuasan pelanggan akan menurun jika kualitas layanan buruk atau produk yang ditawarkan tidak bervariasi dan inovatif, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Di sisi lain, pelanggan yang puas cenderung kembali dan merekomendasikan restoran tersebut kepada orang lain. Dengan demikian, restoran harus lebih fleksibel dalam mengembangkan strategi mereka, yang mencakup kualitas layanan, lokasi yang strategis, dan inovasi produk.

A&W Restaurants adalah pesaing utama di sektor ini, dengan kantornya di berbagai lokasi strategis, seperti Cilindak Town Square di Jakarta Selatan. Banyak orang suka makan di restoran cepat saji A&W di Jakarta Selatan. Namun, dalam era persaingan restoran yang semakin ketat, penting bagi A&W untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dengan memberikan pengalaman makan

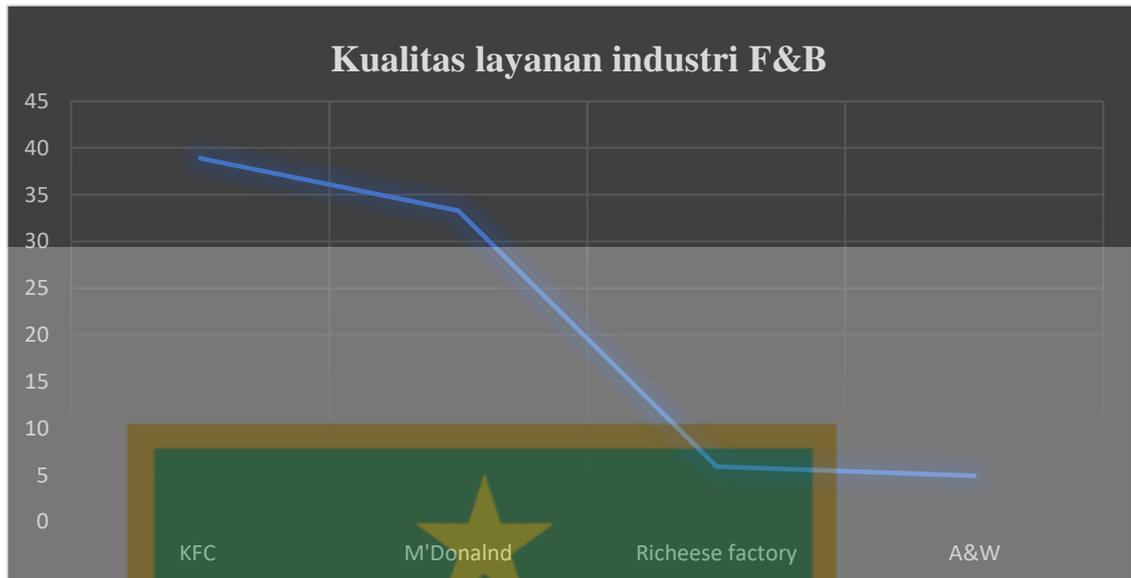
terbaik. Salah satu aset paling berharga bagi perusahaan adalah loyalitas pelanggan, terutama dalam sektor yang penuh dengan persaingan seperti restoran cepat saji. Pelanggan yang setia bukan hanya pelanggan biasa, tetapi mereka juga dapat membantu menyebarkan citra baik restoran. Kualitas layanan, lokasi, dan inovasi produk adalah beberapa komponen yang memengaruhi loyalitas pelanggan, dan memahaminya sangat penting untuk keberlangsungan bisnis restoran cepat saji.

Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai komitmen pelanggan untuk terus membeli barang atau jasa tertentu meskipun ada pilihan lain di pasar. Dalam kasus restoran cepat saji, loyalitas pelanggan tidak hanya mencakup pembelian berulang, tetapi juga merekomendasikan merek tertentu kepada orang lain dan memilih merek tertentu di antara banyak merek. Menurut Kotler dan Keller (2016), loyalitas pelanggan merupakan elemen vital dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen.

Dalam hal ini, evaluasi bagaimana A&W dapat mempertahankan loyalitas pelanggan melalui tiga aspek utama kualitas layanan, lokasi, dan inovasi produk sangat penting. Penelitian ini relevan dengan kebutuhan industri saat ini karena memberikan pemahaman tentang komponen yang paling memengaruhi loyalitas pelanggan dalam era kompetisi kontemporer.

Selain itu, penelitian ini memiliki manfaat nyata bagi pengelola restoran cepat saji, khususnya terkait dengan pembuatan strategi pemasaran yang berfokus pada pelanggan. Restoran seperti A&W berharap dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar dengan mengetahui bagaimana kualitas layanan, lokasi, inovasi produk, dan loyalitas pelanggan berhubungan satu sama lain.

Berdasarkan data yang di lansir dari hasil survei Kurious dari *Katadata Insight Center (KIC)* berjudul *Top Brand Survei: Fast Food*, data bersumber dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) terbukti menunjukkan bahwa pelayanan terbaik di peroleh KFC yang memperoleh posisi puncak dalam survei tersebut dengan perolehan suara tertinggi 38,9%. Seperti yang ditunjukkan oleh grafik di bawah ini, Peringkat kedua restoran cepat saji dengan pelayanan terbaik adalah McDonald's, dengan perolehan suara 33,33%. Dilanjut oleh Richeese Factory dengan perolehan suara 5,9%. Kemudian disusul oleh A&W dengan perolehan suara 4,9%.



Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

**Gambar 1. 1 Pelayanan Terbaik Menurut Warga Indonesia (Januari 2023)**

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa inovasi produk dan kualitas layanan sangat penting bagi industri restoran cepat saji. Konsep SERVQUAL adalah dasar untuk menilai kualitas layanan dan sering digunakan sebagai dasar untuk menilai pengalaman pelanggan di berbagai industri, termasuk restoran cepat saji. Menurut Afifudin & Widyaningrum (2022), metode SERVQUAL memiliki kelebihan karena dapat menentukan nilai kesenjangan kualitas pelayanan berdasarkan setiap atribut kepuasan dan harapan atas pelayanan yang diterima. Ini memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi elemen yang paling penting untuk perbaikan di masa depan. Studi ini menunjukkan bahwa ada kemampuan untuk mengukur jarak antara apa yang diharapkan dari pelayanan dan apa yang sebenarnya terjadi, yang membantu manajemen mengambil tindakan yang tepat untuk memperbaiki layanan.

Salah satu faktor penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan adalah kualitas layanan. Layanan yang cepat, ramah, dan akurat sangat dihargai dalam industri restoran cepat saji karena sifat bisnis yang menuntut efisiensi tinggi. Kualitas layanan mengacu pada tingkat layanan yang memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Menurut Renaldi & Mulyati (2022), Sejauh mana layanan memenuhi harapan pelanggan, termasuk bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan lainnya, kualitas layanan dapat

diukur dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap harapan mereka. Ini biasanya digunakan untuk menilai kepuasan pelanggan dan menentukan area yang perlu diperbaiki dalam penyampaian layanan. Namun, banyak restoran cepat saji menghadapi tantangan untuk tetap memberikan kualitas layanan yang sama, yang dapat menyebabkan pelanggan menjadi kurang puas dan tidak lagi berteman dengan mereka.

Lokasi restoran juga merupakan faktor penting dalam keputusan pelanggan untuk mengunjungi sebuah restoran. Restoran yang mudah diakses, dekat dengan pusat perbelanjaan, area perkantoran, atau tempat rekreasi cenderung lebih diminati. Berbagai kegiatan pemasaran yang disebut lokasi bertujuan untuk mempercepat dan memudahkan pengiriman dan distribusi barang dan jasa dari produsen ke pembeli. Karena pelanggan cenderung menginginkan barang dan jasa yang mudah dijangkau, pemilihan lokasi bisnis yang tepat akan berdampak pada kesuksesan bisnis karena lokasi dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan melalui berbagai faktor.

Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan meningkatkan kenyamanan pelanggan sehingga mereka lebih puas dengan layanan yang mereka terima. Ketika pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka, mereka cenderung menjadi lebih setia kepada bisnis. Lokasi yang baik juga dapat membantu menarik pelanggan baru, meningkatkan basis pelanggan dan loyalitas (Hidayat et al., 2023). Di Jakarta Selatan, persaingan untuk mendapatkan lokasi strategis semakin ketat, dan manajemen A&W harus menghadapi tantangan dalam memilih lokasi.

Inovasi produk adalah kombinasi dari berbagai proses yang saling mempengaruhi dengan tujuan untuk memungkinkan suatu perusahaan untuk membuat produk baru yang dirilis ke pasar dan memberikan nilai tambah dibandingkan produk sejenis. Inovasi produk menjadi pertimbangan penting bagi pelanggan ketika mereka memutuskan untuk membeli sesuatu. Perusahaan dapat membuat produk yang lebih baik daripada pesaingnya dengan berinovasi. Untuk menghadapi persaingan pasar dan meningkatkan hasil penjualan, organisasi mengambil langkah strategis yang dikenal sebagai inovasi produk. Menurut Arifudin & Tanjung (2020) menyatakan bahwa pemasaran yang efektif diperlukan untuk inovasi, yang merupakan pilihan penting dalam pengelolaan yang

berkelanjutan. Termasuk perubahan pada kemasan dan rasa produk, inovasi dapat dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan dengan cara baru.

Untuk menarik perhatian pelanggan, produk harus selalu berubah, terutama di era saat ini, ketika preferensi pelanggan berubah dengan cepat. Pelanggan mengharapkan produk baru yang tidak hanya enak tetapi juga bermanfaat bagi kesehatan. Oleh karena itu, restoran cepat saji seperti A&W harus terus berinovasi dengan membuat menu baru yang mengikuti tren dan keinginan pelanggan, seperti makanan yang lebih sehat dan layanan berbasis teknologi, seperti layanan antar dan aplikasi pemesanan online. Tidak diragukan lagi, Perusahaan menggunakan berbagai strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah rencana perusahaan yang dirancang untuk mencapai tujuan dari perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas layanan dan lokasi serta inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji A&W di Cilandak Town Square Jakarta Selatan.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini dituangkan dalam pertanyaan diantaranya:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji A&W di Cilandak Town Square Jakarta Selatan?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji A&W di Cilandak Town Square Jakarta Selatan?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji A&W di Cilandak Town Square Jakarta Selatan?

## **C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, tujuan penelitian yang ingin capai diantaranya:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji A&W di Cilandak Town Square Jakarta Selatan.

- b. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji A&W di Cilandak Town Square Jakarta Selatan.
- c. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji A&W di Cilandak Town Square Jakarta Selatan.

## 2. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, kegunaan penelitian ini di antaranya:

### a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada manajemen restoran A&W khususnya di Cilandak Town Square Jakarta Selatan dalam upaya pengambilan keputusan yang strategis untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

### b. Bagi Referensi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dalam upaya pengambilan keputusan yang strategis terkait manajemen restoran cepat saji untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan Perusahaan khususnya di industri F&B

