

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini perubahan gaya hidup masyarakat sehari-hari semakin mempengaruhi minat masyarakat untuk mengonsumsi makanan cepat saji. Tingkat kesibukan dan aktivitas sehari-hari menyebabkan perubahan gaya hidup masyarakat saat ini dengan memilih sesuatu yang serba instan. Makanan cepat saji dipilih karena beberapa faktor, antara lain waktu pemesanan yang singkat, pelayanan yang baik, rasa dan produk yang ditawarkan untuk menarik minat konsumen untuk membeli. Di Indonesia, perusahaan-perusahaan di industri makanan cepat saji terus berkembang, seperti KFC, McDonald's, Hoka-Hoka Bento, A&W, dan lain-lain.

Melihat fenomena tersebut, restoran cepat saji McDonald's berusaha memenuhi kebutuhan pelanggannya. McDonald's adalah salah satu restoran cepat saji pertama di dunia yang didirikan pada tahun 1940 oleh saudara Dick dan Mac McDonald, tetapi kemudian dibeli oleh Ray Kroc dan diperluas ke seluruh dunia. Saat ini, McDonald's memiliki 33.510 toko yang tersebar di 119 negara di seluruh dunia. McDonald's populer di negara berkembang. McDonald's memiliki tanda dua busur kuning yang biasanya dipajang di luar restoran dan dapat dengan cepat dikenali oleh publik.

Semakin banyaknya pesaing, McDonald's harus meningkatkan loyalitas pelanggan. Jika suatu perusahaan mampu menciptakan produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan, maka diharapkan pelanggan akan merasa puas dan loyal.

Loyalitas pelanggan yaitu kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada suatu perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan mengonsumsi barangnya secara berulang-ulang dan dengan sukarela merekomendasikan kepada pihak lain (Fian & Yuniati, 2016). Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahun-tahun secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran

mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Kambar & Sabaris, 2017). Loyalitas pelanggan merupakan aspek yang penting dalam perkembangan bisnis, jika konsumen loyal maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan akan berkembang dengan baik. Berikut data Top Index Restoran Fast Food dari Tahun 2018-2022 :

**Tabel 1. 1**

**Top Brand Index Restoran Fast Food Tahun 2018 - 2022**

No	Merk	TOP BRAND INDEX %				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	KFC	42.7%	26.2%	26.4%	27.2%	27,2%
2	MC Donald's	24.3%	22.4%	22.8%	26.0%	26,2%
3	A & W	6.3%	5.4%	5.9%	7.9%	9,4%
4	Hoka-Hoka Bento	5.8%	5.4%	6.5%	8.5%	7,6%
5	Richeese Factory	2.7%	4.3%	4.9%	5.9%	4,7%

*Sumber : (Award, 2022)*

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut, Kentucky Fried Chicken (KFC) menjadi restoran terpopuler di Indonesia dari Tahun 2018 - 2022. Sedangkan Mcdonald's menempati posisi nomor 2. Nilai persentase Top Brand Index (TBI) McDonald's dalam 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi. Artinya terdapat masalah dalam loyalitas pelanggan Mcdonald's yaitu bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan McDonald's agar menjadi brand restoran cepat saji yang paling diminati.

Faktor yang pertama diduga mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas produk (Yani Dahliani & Rohmat Hasanul Ahwal, 2021) kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan. Yang selanjutnya akan menciptakan loyalitas pelanggan. Ketika meningkatkan kualitas beberapa produk, maka kepuasan pelanggan yang diharapkan juga akan meningkat dan pada akhirnya mengarah pada loyalitas pelanggan. Pelanggan yang sudah merasa puas akan lebih meningkat loyalitasnya Hasil penelitian terdahulu oleh (Siregar &

Hakim, 2017) mengungkapkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

Faktor yang kedua diduga mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Salah satu cara untuk mencapai kepuasan pelanggan jika perusahaan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga tertanam sebuah kepercayaan dari pelanggan. Jika seorang pelanggan merasa puas atas kualitas pelayanan yang diterimanya maka pelanggan tersebut akan terus melakukan pembelian ulang dan loyal. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan dan dirasakan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang kemudian akan menghasilkan sebuah loyalitas pelanggan (Sondakh, 2014). Hasil penelitian terdahulu oleh (Setyowati, 2017) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

Faktor yang ke tiga diduga mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah citra merk. Citra Merk menurut adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen, sebagai cerminan asosiasi yang tertahan di ingatan konsumen. Citra Merk yang positif akan memiliki keuntungan karena dapat membangun persepsi konsumen, dimana semakin kuat citra Merk suatu produk maka akan semakin menarik keinginan konsumen untuk terus membeli dan menjadi pelanggan yang loyal terhadap citra Merk tertentu (Philip Kotler, 2014). Pelanggan yang loyal memiliki kecenderungan melakukan transaksi tanpa batasan. Konsumen yang loyal akan membawa konsumen lain untuk menggunakan produk yang sama. Hasil penelitian terdahulu oleh (Setyowati, 2017) yang mengungkapkan bahwa citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

Faktor yang ke empat diduga mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepercayaan. Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan untuk bergantung pada pihak lain yang dipercaya (Fian & Yuniati, 2016). Kepercayaan adalah keyakinan bahwa sebuah pihak akan memenuhi janjinya dalam hubungan tersebut, akibat dari ingkar janji maka akan membuat pelanggan beralih ke perusahaan lain (Safitri., 2011). Konsumen yang sudah percaya pada sebuah produk akan menciptakan loyalitas pada produk tersebut. Hasil penelitian terdahulu oleh (Rafiah, 2019) yang mengungkapkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul dalam penelitian ini adalah “ Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merk, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan McDonald’s Cabang Kemang ”

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, terdapat masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan McDonald’s agar menjadi brand restoran cepat saji yang paling diminati. Dari masalah penelitian tersebut, maka disusunlah pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mcdonald’s cabang Kemang ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mcdonald’s cabang Kemang ?
3. Apakah citra merk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mcdonald’s cabang Kemang ?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mcdonald’s cabang Kemang ?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Mcdonald’s cabang Kemang
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Mcdonald’s cabang Kemang
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merk terhadap loyalitas pelanggan Mcdonald’s cabang Kemang
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Mcdonald’s cabang Kemang

#### D. Kegunaan penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka kegunaan dari penelitian ini adalah:

##### 1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merk, dan kepercayaan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan

##### 2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Mcdonald's dalam menyusun strategi pemasaran agar meningkatkan loyalitas pelanggan.

