

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Saat ini bisnis kuliner tengah digandrungi banyak pebisnis. Pesatnya perkembangan kuliner yang saat ini membuat para pebisnis besar banyak membuka usaha. Bersamaan dengan banyaknya minat masyarakat terhadap makanan menjadikan bisnis kuliner ini menjadi suatu hal yang menjanjikan. Akan tetapi, semakin banyaknya pelaku usaha maka semakin banyak pula pesaing-pesaing yang berlomba menawarkan produk mereka untuk menarik minat konsumen. Maka dari itu, pelaku usaha dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang akan terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2005).

Salah satu perusahaan kuliner yang telah dikenal luas oleh masyarakat adalah Kentucky Fried Chicken atau yang lebih dikenal dengan sebutan KFC yang berasal dari negara Amerika. KFC telah masuk ke Indonesia pada tahun 1978. Di Indonesia, pemegang hak waralaba tunggal KFC adalah PT Fast Food Indonesia, Tbk. Perusahaan kuliner yang sudah lebih dari 30 tahun berdiri ini berkembang sangat pesat karena telah memiliki cabang hampir diseluruh provinsi yang ada di Indonesia. Banyak jenis makanan dan minuman yang ditawarkan oleh KFC untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Salah satu provinsi yang menjadi sasaran PT Fast Food, Tbk untuk dibangunnya gerai KFC yakni provinsi Sumatera Selatan tepatnya di Palembang. Telah banyak kita temui gerai KFC di Palembang ini, salah satunya yaitu KFC cabang Merdeka, yang mana KFC tersebut telah berdiri sejak 28 November 2010. Banyak menu yang ditawarkan dan fasilitas yang lengkap. Tetapi, dengan banyaknya pelaku usaha dan pesaing, belum menjamin KFC tersebut menjadi primadona di Palembang.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang kuliner, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting. Menurut Nasution (2004:47) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas

tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan kuliner dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa puas. Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen.

Menurut beberapa konsumen mengatakan bahwa meskipun merupakan usaha kuliner cepat saji yang telah dikenal luas dan telah menguasai pangsa pasar, akan tetapi masih terdapat kekurangan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Terlihat dengan adanya keluhan pelanggan yang telah peneliti rangkum. Dari segi pelayanan, konsumen mengatakan masih terdapat kekurangan dimana pelayanan yang diberikan terkadang lambat sehingga terlalu lama saat mengantri, karyawan kurang tanggap dalam melayani keinginan konsumen, kurang adanya komunikasi yang baik antara kasir dan pelayan karena terkadang pelayan salah memberikan atau mengantarkan pesanan ke konsumen.

Begitu pula dengan halnya mengenai kinerja karyawan. Dalam melakukan pekerjaan khususnya pada pelayanan bagian area restoran, menurut konsumen karyawan lambat merapikan tempat duduk atau kursi tamu, karena ketika pengunjung datang, meja dan kursi masih dalam keadaan berantakan yang lambat dibersihkan dan dirapikan sehingga menjadi berantakan dan kotor. Hal lain yaitu konsumen berpendapat karyawan kurang memperhatikan kebersihan lingkungan restoran seperti pada kebersihan tempat dan wastafel tempat mencuci tangan.

Selain itu keluhan lainnya yang diutarakan oleh konsumen yaitu dari segi fasilitas. Fasilitas yang diberikan kurang memadai dan belum sesuai dengan harapan konsumen, seperti halnya pada toilet yang ada di tempat tersebut hanya ada satu yang tersedia dengan kondisi pintu yang sulit ditutup. Lalu, fasilitas lainnya mengenai *wifi*, dimana *wifi* yang tersedia hanya berpusat di lantai satu, sehingga untuk bagian depan, *coffee shop*, dan lantai dua hanya sedikit jaringan *wifi* yang didapatkan oleh konsumen. Kemudian, terdapat pendingin udara yang ada didalam ruangan kurang terasa sejuk (dingin), karena pendingin udara tersebut mengalami kebocoran sehingga ruangan terasa panas dan tidak nyaman.

Dari keluhan-keluhan diatas, terlihat bahwa masih terdapat kekurangan terhadap pelayanan yang diberikan yang dirasakan oleh konsumen, akibatnya

konsumen belum merasa terlayani dengan baik dengan pelayanan yang ada karena belum sesuai dengan harapan. Semua keluhan-keluhan tersebut dapat dijadikan acuan penting perusahaan dalam meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa adanya keluhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dari pihak restoran. Masalah yang terjadi terhadap kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan apakah membuat konsumen merasa puas atau justru sebaliknya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana **“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada KFC Cabang Merdeka Palembang”**.

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan penulis bahas yaitu:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada KFC cabang Merdeka Palembang?
2. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling dominan pada KFC cabang Merdeka Palembang?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Adapun ruang lingkup pembahasan dalam penulisan laporan ini adalah mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada KFC cabang Merdeka Palembang. Menurut Lupiyoadi (2013:216) terdapat lima dimensi yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai status kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Berwujud (*tangibles*)
- b. Keandalan (*reliability*)
- c. Ketanggapan (*responsiveness*)
- d. Jaminan (*assurance*)
- e. Empati (*empathy*)

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1.4.1 Tujuan Penulisan**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada KFC cabang Merdeka Palembang.
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang manakah yang paling dominan pada KFC cabang Merdeka Palembang.

### **1.4.2 Manfaat Penulisan**

Adapun manfaat penulisan laporan akhir ini adalah:

#### 1. Bagi Penulis

Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru di bidang pemasaran khususnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta menerapkan ilmu yang telah didapat sesuai dengan bidang studi manajemen pemasaran.

#### 2. Bagi Perusahaan

Agar perusahaan dapat mengetahui tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada KFC cabang Merdeka, serta dapat menjadi masukan yang positif bagi perusahaan mengenai pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki.

#### 3. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan pengetahuan dan menjadi referensi mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan untuk sebuah perusahaan dan usaha baru.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Adapun ruang lingkup penelitian dalam penulisan laporan akhir ini adalah KFC cabang Merdeka Palembang beralamat di Jl. Merdeka No. 38 RT 23 RW 08 Kel. Talang Semut, Kec. Bukit Kecil.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penulisan ini ada 2, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Data Primer**

Menurut Yusi & Idris (2009:103), data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Dalam penulisan ini, pengamatan dapat dilakukan secara langsung dilapangan dengan menyebarkan kuesioner dan diolah sendiri oleh peneliti.

#### **2. Data Sekunder**

Menurut Yusi & Idris (2009:103), data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder dalam penulisan ini didapat dari sumber, antara lain intern, buku, dan hasil dari pihak lain yang telah dipublikasikan yang ada kaitannya dengan kualitas pelayanan.

### **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

Penulis menggunakan 2 (dua) metode pengumpulan data yang digunakan dalam mendapatkan data dan informasi, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Riset Lapangan**

Riset lapangan yang digunakan peneliti adalah pembagian kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2008:162) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

## 2. Riset Kepustakaan

Riset kepustakaan merupakan pengambilan referensi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian. Riset kepustakaan ini digunakan untuk mencari penjelasan seperti teori-teori yang digunakan dalam penelitian.

### 1.5.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 1. Populasi

Menurut Kuncoro dalam Yusi & Idris (2009:59) berpendapat bahwa populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen KFC cabang Merdeka yang belum diketahui jumlah populasinya.

#### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2008:91) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk mengetahui seberapa banyak sampel yang digunakan jika populasinya belum diketahui, maka menggunakan rumus Roscoe dalam Sugiyono (2010:131), yaitu:

$$N = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 10$$

Keterangan:

N = Penentuan sampel

Variabel X = Kualitas Pelayanan

Variabel Y = Kepuasan Pelanggan

dimana, Variabel X memiliki lima dimensi, yaitu:

(X1) Berwujud (*tangibles*), (X2) Keandalan (*reliability*),

(X3) Ketanggapan (*responsiveness*), (X4) Jaminan (*assurance*),

(X5) Empati (*empathy*).

Maka akan diperoleh hasil sebesar:

$$\begin{aligned}
 N &= (V_x + V_y) \times 10 \\
 &= (5 + 1) \times 10 \\
 &= (6) \times 10 \\
 &= 60 \text{ sampel}
 \end{aligned}$$

Maka jumlah sampel diperoleh sebanyak 60 responden.

### 3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2008:91) teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Adapun teknik sampling yang digunakan yaitu teknik sampling non probabilita (*non probability sampling*) yaitu sampling aksidental.

Menurut Riduwan dan Akdon (2013:245) Sampel non probabilita adalah teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Sedangkan pengertian sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden).

#### 1.5.5 Analisis Data

Analisa data yang digunakan dalam penulisan ini meliputi:

##### 1. Data Kualitatif

Menurut Yusi & Idris (2009:102) data kualitatif merupakan data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik (angka). Data kualitatif yang dimaksud dalam penulisan ini adalah jawaban kuesioner yang diolah menggunakan skala *likert*. Skala *likert* menurut Sugiyono (2008:107) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pengukuran dalam penulisan ini dibatasi dengan batasan-batasan sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Pengukuran Skala *Likert***

No	Keputusan Pemilihan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2008)

## 2. Data Kuantitatif

Menurut Yusi & Idris (2009:102) data kuantitatif merupakan data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka). Data kuantitatif yang dimaksud dalam penulisan ini adalah data angka yang diperoleh dari hasil perhitungan akhir mengenai persentase jawaban kuesioner.

Selanjutnya untuk mendapatkan hasil hitungan dari jawaban kuesioner yang didapat dengan cara menggunakan rumus indeks skor menurut Yusi (2010:79) sebagai berikut:

$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Skor ideal didapat dari = skor tertinggi x jumlah responden

$$= 5 \times 60 = 300$$

Kemudian, setelah mendapatkan hasil yang telah dihitung dengan menggunakan rumus dan skala likert di atas, maka hasil yang diperoleh dapat digolongkan melalui kriteria

interpretasi skor. Adapun kriteria interpretasi skor dari persentasi jawaban adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Interpretasi Skor**

<b>No.</b>	<b>Skor atau Angka</b>	<b>Interpretasi</b>
1.	0% - 20%	Sangat Lemah
2.	21% - 40%	Lemah
3.	41% - 60%	Cukup
4.	61% - 80%	Kuat
5.	81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan (2011)