

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan suatu kegiatan atau aktifitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Saat ini perkembangan bisnis sudah semakin cepat. Pada dasarnya sebuah organisasi bisnis mempunyai tujuan untuk dapat bertahan hidup, dan mendapatkan laba yang sangat berkembang. Hal tersebut tentunya dapat dicapai dengan menggunakan strategi yang mampu bersaing dengan perusahaan lain. Saat ini perkembangan usaha bisnis semakin mengalami peningkatan terutama yang sedang berkembang adalah bisnis kuliner, khususnya bisnis restoran cepat saji.

Perkembangan restoran cepat saji saat ini berjalan dengan cepat. Ini dikarenakan dengan adanya peluang ekonomi yang terkait dengan perubahan gaya hidup pada masyarakat. Ini ditandai dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk serta mengakibatkan mereka untuk selalu mencari sesuatu yang bersifat sangat praktis dan instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman diluar rumah, baik itu pelajar, pekerja, mahasiswa, dan masyarakat umum yang lebih memilih makan diluar dari pada masakan sendiri untuk memenuhi kebutuhannya karena dengan memilih dan membeli makanan diluar rumah mereka memiliki banyak *alternative* dalam memilih menu makanan yang mereka inginkan. Sehingga dapat dikatakan sudah terbiasa makan di restoran cepat saji telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat yang saat ini.

Masyarakat mempunyai minat yang tinggi sehingga untuk makan diluar rumah tentunya menimbulkan persaingan yang ketat di dalam dunia bisnis ini. Pesaingan yang ketat pada bisnis restoran cepat saji ini membuat perusahaan untuk mencari strategi agar dapat menarik hati masyarakat agar mau menjadi pelanggannya. Sehingga saat ini para pelaku usaha harus mampu memahami kebutuhan pelanggan. Dengan memahami kebutuhan keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk

merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Membahas mengenai kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan dan keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut.

Salah satu cara untuk mendapatkan kepuasan pelanggan adalah melalui penetapan harga yang sesuai serta penciptaan adanya promosi yang merupakan kegiatan restoran cepat saji yang tujuannya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkenalkan produk baru, dan membujuk konsumen, untuk menciptakan kesan dan memberi informasi.

Salah satu restoran cepat saji yang menjadi tempat makan favorit masyarakat Indonesia adalah restoran yang menyajikan produk ayam goreng sebagai menu utamanya. Banyaknya bermunculan restoran cepat saji yang menawarkan produk utama berupa ayam goreng seperti KFC, McDonald's, Richeese factory, A&W dan lain-lain bisa menjadi bukti bahwa restoran cepat saji disukai oleh masyarakat Indonesia. Namun masuknya beragam merk-merk tersebut membuat persaingan semakin ketat di industri restoran cepat saji khususnya produk ayam goreng.

Bagi perusahaan hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk dan jasa yang bermunculan maka akan semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia usaha. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan produk dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Kondisi persaingan yang ketat membuat pelanggan sangat rentan untuk berubah-ubah sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan dan keinginan pelanggan secara terus menerus. Hal tersebut yang

menjadi faktor penyebab berdirinya bisnis kuliner di Bekasi khususnya restoran cepat saji. Mereka bersaing melalui promosi dan harga untuk membuat pelanggan puas terhadap promosi produk yang ditawarkan.

Dan dari sudut pandangan para konsumen harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas barang dan jasa yang dikonsumsi konsumen. setiap restoran cepat saji harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang sangat pantas untuk ditetapkan dan harus sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan oleh para konsumen.

Berikut ini perbandingan harga produk paket ayam goreng di Bekasi :

Tabel 1.2
Perbandingan Harga Menu Paket Restoran Cepat Saji di Bekasi

No	Nama Restoran	Menu paket	Harga menu paket	
			Minimum	Maksimum
1	Richeese Factory	Combo 1	Rp 33.636	-
		Combo2	-	Rp. 46.364
2	McDonald's	Panas 1	Rp 30.000	-
		pasas 2		Rp 32.000
3	Kfc	Super besar 1	Rp 24.000	-
		Super besar 2	-	Rp 25.000

Dari tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa daftar harga paket mulai dari minimum sampai dengan harga yang maksimum, tabel ini menjelaskan bahwa richeese factory memiliki menu paket yang lengkap yaitu paket combo 1 terdiri dari *rice*, satu *richeese chicken*, satu *pink lava*, *cheese dip* sedangkan paket combo 2 memiliki menu yang sama seperti paket combo 1 tetapi yang membedakan paket combo 2 memiliki dua *richeese chicken* dan nabati keju . Jika dibandingkan dari segi harga yang maksimal maka Restoran Richeese factory harus melakukan evaluasi terhadap harga yang mereka miliki. Evaluasi yang dapat dilakukan oleh Restoran Richeese factory yaitu dengan melakukan promosi dan memberikan potongan harga untuk para pelajar dan para mahasiswa, sedangkan untuk para pekerja di berlakukan pembelian 2 menu paket baik paket minimum atau maksimum.

Dari promosi yang dilakukan oleh Restoran Richeese factory menggunakan promosi yang berupa media cetak, brosur dan media online / media sosial seperti Instagram, Go-food yang bisa dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan keberhasilan dari suatu restoran. Kepuasan pelanggan yang telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran serta merupakan salah satu tujuan bagi aktifitas bisnis dan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan dan meningkatkannya reputasi perusahaan. Dalam meningkatkan kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut dan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan melalui penetapan harga yang sesuai dengan cipta dan kualitas produk yang lebih unggul dan terdapat citra rasa yang berkualitas karena kepuasan pelanggan sangat puas dengan citra rasa yang sangat gurih dan menu makanan Richeese factory dapat dilihat dari level kepedasannya yang sangat digemari konsumen dan menu utama dari Richeese factory yaitu ayamnya yang sangat lembut dan lezat, Maka Dari pesaing Restoran Richeese Factory melakukan pemasaran yang tepat yaitu meliputi produk, harga, promosi, akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari Kondisi ini membuat masyarakat dihadapkan pada berbagai pilihan akan produk dengan kualitas dan harga yang bersaing dengan kondisi seperti ini membuat masyarakat lebih teliti dalam memilih restoran cepat saji untuk memenuhi kepuasan pelanggannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Richeese Factory Cabang Harapan Indah Bekasi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka perumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Richeese Factory di Bekasi ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Richeese Factory di Bekasi ?

3. Apakah promosi dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Richeese Factory dibekasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Richeese Factory Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga jual terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Richeese factory Bekasi.
3. Untuk mengetahui promosi dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Richeese Factory.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terkait yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi perusahaan terutama sebagian bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang perusahaan khususnya dalam hal promosi dan harga terhadap kepuasan pelanggan

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan ilmu dan informasi serta referensi bagi penelitian selanjutnya di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jaya Bekasi.

3. Bagi penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang materi yang diteliti.

1.5 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang harus diselesaikan di atas maka perlu adanya pembatasan masalah serta ruang lingkup upaya agar dalam melakukan penelitian hanya terfokus pada promosi dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Richeese Factory

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya kedalam lima bab. Dimana dalam setiap babnya hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing- masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi landasan teori yang merupakan penjabaran dari teori tentang promosi, harga, dan keputusan pembelian, serta teori-teori lain yang mendukung. Selain itu, bab ini berisi bahasan hasil penelitian, ringkasan hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi variabel penelitian dan definisinya, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PENELITIAN

Pada bab ini berisi pembahasan hasil penelitian, analisis data dan pembahasannya secara lengkap.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian dan saran kepada pihak-pihak yang memperoleh manfaat dari penelitian.

