

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini, kehidupan dapat dikatakan sangat modern. Era globalisasi merupakan era yang bebas dan ketat dalam persaingan. Dengan adanya perkembangan tersebut, gaya hidup masyarakatpun semakin berkembang. Gaya hidup yang serba instan dan praktis membuat sejumlah masyarakat menginginkan kualitas dan kecepatan dalam berbagai hal. Seperti mengkonsumsi makanan atau minuman. Saat ini persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah. persaingan yang ada telah membuat para pengusaha menyadari suatu kebutuhan untuk memaksimalkan semua aset-aset mereka demi meningkatkan kemampuan mereka untuk memaksimalkan kinerja perusahaan dan meningkatkan keuntungan yang kompetitif.

Seiring dengan perkembangan perekonomian yang maju, masyarakat banyak yang memulai usaha kuliner salah satunya dengan menjual beragam makanan cepat saji dan minuman segar yang berasal dari buah-buahan dan soda. Keanekaragaman makanan dan minuman yang tersedia saat ini membuat konsumen memiliki banyak pilihan. Hal ini menjadikan para pesaing saling berlomba untuk menghasilkan makanan dan minuman yang mampu memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera konsumen dengan menawarkan harga yang bersaing.

Salah satu restoran siap saji yang ada di Indonesia yang berasal dari negara Amerika Serikat dan memiliki konsumen yang loyal terhadap makanan cepat saji tersebut adalah McDonald's. McDonald's masuk ke Indonesia pada tahun 1991, menurut *Associate Director of Communications* McDonald's Indonesia Sutji Lantyka yang dikutip dari kabarbisnis.com mengatakan bahwa total restoran McDonald's sekarang berjumlah 224 gerai yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat saat ini cenderung mengonsumsi makanan atau minuman cepat saji. Produk yang diberikan oleh McDonald's seperti burger, chicken, french fries, pie, soda, dan lain sebagainya. Bahan pangan ini merupakan pengembangan olahan dari bahan-bahan pilihan yang masih segar dan berkualitas. Banyak jenis makanan olahan yang dibuat, dan salah satu yang cukup diminati konsumen adalah burger. Burger merupakan olahan roti dan daging ayam atau sapi dengan sayuran segar serta keju. Seiring dengan perkembangan teknologi serta tuntutan pemenuhan asupan makanan dan gizi masyarakat, semakin berkembang pula daya kreasi olahan makanan yang dibuat oleh chef di McDonald's ini akan terlihat menarik dan berkualitas, dengan hal ini membuat konsumen merasa tertarik untuk membeli.



**Gambar I.1 Sajian Menu McD**

*(sumber : [www.mcdelivery.co.id](http://www.mcdelivery.co.id))*

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dijelaskan sebagai berikut jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai yang diharapkan maka akan memberikan kepuasan dikutip dari penelitian menurut Hana Ofela (2016:2). Dengan demikian kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh konsumen maka akan puas. Hal ini berdampak pada berkembangnya dunia bisnis ini yang semakin kreatif dan inovatif. Sebagai salah satu bisnis usaha yang mengalami peningkatan cukup pesat dan mencerminkan gaya hidup modern adalah usaha dalam bidang penyajian makanan dan minuman seperti Franchise makanan, coffee shop dan lain sebagainya, tidak terlepas dari sejarah perkembangan budaya makan di luar rumah dan makin maraknya mobilisasi manusia melakukan aktifitasnya di luar rumah. Konsumen tidak hanya sekedar membeli produk tetapi juga sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya konsumen akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dengan sepenuh perhatian sehingga akan timbul kepuasan. Dengan demikian, pelayanan merupakan hal yang penting dalam menentukan kepuasan konsumen.

Dikondisi persaingan yang ketat dan cenderung kondisi ekonomi tidak stabil memaksa perusahaan untuk menetapkan kebijakan harga, agar menarik minat konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena selain faktor kualitas pelayanan, faktor harga jual yang merupakan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Untuk menetapkan harga, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor seperti sasaran pemasaran, strategi marketing mix, biaya, organisasi penetapan harga, sifat pasar dan permintaan, persaingan dan faktor lingkungan (ekonomi, pemerintah). Penetapan harga yang dilakukan perusahaan sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan dan diminati oleh para konsumen berarti harga tersebut sudah tepat, maka akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut.

Kesuksesan McDonald's didukung oleh pengembangan standar bagi seluruh sistem agar memenuhi harapan pelanggan. ketika merek berhasil mengembangkan citra kualitas, pelanggan akan mengharapkan kualitas yang sama di semua tempat penjualan dengan nama merek yang sama. Merek dan kebijakan yang tidak konsisten dapat menurunkan citra merek. Konsistensi dan standarisasi merupakan faktor yang kritis. Pelanggan akan menjadi setia pada merek. Manfaat utama penerapan merek ialah penciptaan pelanggan yang loyal.

Menurut dayu (2017:6) Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Jika dilihat dari pangsa pasar yang cukup menguntungkan dan kondisi demografi yang sangat mendukung berkembangnya bisnis restoran cepat saji, tidak heran telah terjadi peningkatan persaingan dalam bisnis restoran di wilayah Medan. Banyak nya masyarakat semakin memperluas bisnis kuliner, begitu juga pada bisnis restoran cepat saji. Selain itu penyebab berkembangnya bisnis restoran cepat saji di Medan, karena gaya hidup masyarakatnya yang mulai menganut budaya serba instan yang menyebabkan munculnya peluang bisnis restoran cepat saji di wilayah Kota Medan terutama restoran cepat saji McDonald's yang lokasinya di lingkungan dekat kampus yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti restoran cepat saji McDonald's di JL.Sisingamangaraja No.140 Kota Medan menjadi lokasi penelitian.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti secara langsung pada kalangan mahasiswa, terutama pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara yang berjumlah 1.307 orang, menyatakan bahwa beberapa

mahasiswa menyukai untuk makan di restoran cepat saji seperti McDonald's yang lokasinya berdekatan dengan kampus dikarenakan beberapa alasan yaitu selain untuk mengkonsumsi makanan dan minumannya beberapa mahasiswa menjadikan McDonald's sebagai tongkrongan untuk membicarakan topik resmi maupun tidak resmi, sebagai aktivitas untuk membuang lelah dan juga sudah menjadi gaya hidup untuk kalangan mahasiswa dalam penelitian ini .

Berdasarkan uraian latar belakang di atas , maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UISU)”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan peneliti di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing usaha makanan cepat saji yang berada disekitar lokasi kampus UISU.
2. Adanya persepsi harga yang menyebabkan tingkat keputusan pembelian kurang optimal.
3. Promosi terhadap makanan cepat saji di McDonald's mempengaruhi konsumen ketika melakukan keputusan pembelian.
4. Adanya loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang McDonald's di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi UISU Medan.

### **1.3 Batasan dan Rumusan Masalah**

#### **1.3.1 Batasan Masalah**

Dikarenakan keterbatasan ilmu yang dimiliki peneliti maka dalam penelitian ini memfokuskan pada pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian McDonald's pada mahasiswa FE UISU, karena menurut peneliti keputusan pembelian adalah tahapan penentu bagi perusahaan untuk tetap berlangsung dimata konsumen.

#### **1.3.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FE UISU?
2. Apakah tangible berpengaruh terhadap keputusan pembelian McDonald pada mahasiswa FE UISU?
3. Apakah realibility berpengaruh terhadap keputusan pembelian McDonald pada mahasiswa FE UISU?
4. Apakah responsiveness berpengaruh terhadap keputusan pembelian McDonald pada mahasiswa FE UISU?
5. Apakah assurance berpengaruh terhadap keputusan pembelian McDonald pada mahasiswa FE UISU?
6. Apakah emphaty berpengaruh terhadap keputusan pembelian McDonald pada mahasiswa FE UISU?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan memperoleh informasi data yang diperlukan untuk menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk

mendapatkan gelar sarjana ekonomi Universitas Islam Sumatra Utara.

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian McDonald pada mahasiswa FE UISU.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible, Realibility, Responsiveness, assurance* dan *Emphaty* terhadap keputusan pembelian McDonald Kota Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan Promosi terhadap keputusan pembelian McDonald Kota Medan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan informasi tentang pengaruh persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan informasi tentang pengaruh persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan dan promosi, terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Penulis

Penulis berharap dapat memberikan kontribusi terhadap kalangan akademis yang akan melakukan penelitian ini, serta menambah pengalaman, wawasan dan mengaplikasikan pengetahuan teori yang diperoleh selama study di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UISU.