

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Manajemen pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang memiliki arti penting dalam dunia usaha, karena semakin majunya teknologi dalam berbagai bidang menuntut setiap orang atau lembaga perusahaan untuk selalu berkompetisi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal. Bisnis kuliner sangat banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang.

Bisnis kuliner pada saat ini memang sedang merajalela dan juga masih memiliki potensi yang cukup besar apabila seseorang memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi dalam hal pemilihan jenis makanan. Karena itu, setiap pelaku bisnis dituntut untuk mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi di lingkungannya.. Perusahaan yang ada masa kini sedang dihadapi pada sebuah kondisi persaingan sengit dengan adanya Pandemi Covid-19. Dalam keadaan tersebut mendorong setiap perusahaan untuk lebih bekerja secara profesional agar tetap dapat bersaing dan bertahan. Perusahaan harus mampu memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas. Maka dari itu perusahaan harus mampu memberikan kualitas terbaik bagi konsumen sehingga menimbulkan niat

membeli kembali. Perkembangan KFC Kota Probolinggo dalam bisnis kuliner bertumbuh sangat pesat. Pesaing yang ketat saat ini dalam bisnis makanan/kuliner yang membuat KFC Kota Probolinggo harus menawarkan nilai yang tak tertandingi agar konsumen dapat merasakan kualitas bukan hanya dari kualitas makanan saja tetapi dari kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen.

*Kentucky Fried Chicken* (KFC) merupakan restoran cepat saji berlokasi di Kota Probolinggo, Jl. Suroyo No.1, Kanigaran, Probolinggo dengan menyediakan makanan ayam goreng atau *fried chicken* dan minuman sebagai andalan pada sajian menu dan ciri khas yang di nilai cukup menarik selera masyarakat. Adapun upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen bisa dicapai dengan cara menciptakan bauran produk. Pada umumnya, konsumen cenderung akan memilih restoran yang menyediakan berbagai macam makanan dan minuman karena dengan banyaknya pilihan yang disediakan akan menciptakan rasa ingin membeli kembali bagi konsumen. Sumarni & Soeprihanto (2014: 284) mengemukakan bahwa, “Bauran produk himpunan dari keseluruhan jalur produk dan produk yang ditawarkan oleh seorang penjual untuk dijual kepada pembeli”.

Selain produk yang beragam, promosi juga sangat memengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis karena untuk menarik daya beli dari konsumen. Promosi merupakan upaya yang sangat penting untuk dilakukan, untuk menarik calon konsumen agar membeli atau

mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, diharapkan terjadi kenaikannya angka penjualan, KFC Kota Probolinggo untuk meningkatkan angka penjualan yaitu dengan melakukan promosi kepada masyarakat. Promosi ini dilakukan dengan menggunakan brosur yang menarik perhatian untuk membeli. Selain itu juga mengandalkan media sosial untuk memberikan promosi kepada kalangan masyarakat. Menurut Tjiptono (2019: 387) “Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk”. Berdasarkan pengertian di atas, promosi merupakan salah satu elemen penting dalam pemasaran untuk memperkenalkan keunggulan suatu produk kepada konsumen. Promosi yang dilakukan oleh KFC Kota Probolinggo melalui media sosial belum membuahkan hasil optimal dikarenakan masih minimnya promosi yang ditawarkan. Padahal promosi yang dikemas semenarik mungkin berpotensi menarik konsumen untuk datang misalnya potongan harga untuk acara-acara khusus.

Lokasi atau tempat juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dimana, konsumen akan merasa puas jika lokasi sangat nyaman dan strategis. Konsumen juga cenderung memperhatikan tempat seperti, lingkungan sekitar, akses yang mudah dijangkau, tempat parkir luas dan juga ruangan yang bersih. Lokasi yang strategis merupakan hal yang baik bagi konsumen dalam kegiatan sehari-hari. *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo memiliki lokasi yang sangat strategis karena letaknya

berdekatan dengan kawasan wisata dan pusat perkotaan. Konsumen akan merasakan kepuasan dengan lokasi yang strategis seperti, akses yang sangat mudah dijangkau sarana transportasi, lingkungan nyaman, tempat parkir atau halaman yang luas dan juga ruangan yang bersih.

Kepuasan konsumen sangat penting dalam dunia usaha yang penuh dengan persaingan ketat apalagi pada masa Pandemi Covid-19 seperti saat ini. Restoran yang tidak menyiapkan produk baru akan menghadapi resiko yang berat dalam menghadapi persaingan dengan para pesaing-pesaingnya. Menurut Priansa (2017: 197) “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap produk dan harapan”. Maka dari itu, dalam menciptakan kepuasan harus diperhatikan faktor-faktor yang memengaruhinya seperti pelayanan karyawan, produk, kualitas, promosi, fasilitas lokasi dan lain sebagainya. Mengikuti perkembangan dan banyaknya pesaing bisnis yang sejenis, pihak manajemen pemasaran harus dapat menjalankan tugasnya dengan strategis, tepat dan sesuai, salah satunya melakukan promosi dengan tepat dan mengenai pada sasaran adalah tugas dari manajer pemasaran, dibutuhkannya bauran promosi agar dapat menentukan promosi seperti apa yang harus dijalankan dengan tepat untuk mendapatkan konsumen. Setelah mendapatkan konsumen pemasar juga harus memerhatikan dalam segi kepuasan konsumen, maka dari itu *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo dituntut untuk selalu melakukan berbagai inovasi agar dapat memenuhi keinginan konsumen. Mengingat penilaian konsumen terhadap

kualitas layanan selalu berbeda-beda, maka *Kentucky Fried Chicken* KFC Kota Probolinggo haruslah cepat menanggapi segala keluhan konsumen dengan mengadakan perubahan melalui cara yang diarahkan untuk menciptakan kepuasan konsumen.

Melalui konsep bauran produk, promosi dan lokasi ini, diharapkan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo mampu menciptakan respon positif pada konsumen sehingga akan memunculkan perasaan puas pada produk yang ada di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo. Untuk mengetahui penilaian konsumen diperlukan adanya suatu produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dan bisa memenangkan persaingan dari kompetitor lain. Dalam proses operasionalnya diharapkan bisa berjalan dengan optimal dan selalu memberikan kepuasan terhadap konsumen untuk kedepannya. Hasil penelitian Manampiring (2016), menunjukkan bahwa Variabel Bauran produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada kartu kredit PT. Bank Mandiri Tbk. Manado. Sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Ketertarikan dalam pengambilan judul penelitian ini adalah melihat dari faktor kepuasan konsumen *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo dimana, dari populasi penjualan pada bulan Desember 2021 mencapai 3.593 customer yang membeli dan memakan langsung produk di

KFC Kota Probolinggo dan sebanyak 4.830 di bulan Januari 2022. Populasi penjualan yang ada di KFC bisa dibidang banyak dan bisa mencapai ribuan total penjualan meskipun harga produk yang ditetapkan oleh KFC Kota Probolinggo dibidang cukup mahal. Dari hal tersebut ada faktor dimana konsumen tersebut merasa puas baik itu dari segi bauran produk, kualitas produk, promosi, lokasi, harga maupun pelayanan yang ada di KFC Kota Probolinggo. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menurut Manampiring (2016), dalam konteks Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Manado menyebutkan bahwa variabel Produk, Harga, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam menentukan kepuasan konsumen banyak faktor-faktor yang memengaruhinya, misalnya dari bauran produk, harga, promosi, dan lokasi. Tetapi semua faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen seperti di atas belum tentu dapat menciptakan kepuasan konsumen secara optimal.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh bauran produk, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen, kemudian menuangkannya dalam bentuk penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Bauran Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

- a. Adakah pengaruh secara simultan bauran produk, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo?
- b. Adakah pengaruh secara parsial bauran produk, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo?
- c. Variabel manakah diantara bauran produk, promosi dan lokasi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo?

## 1.3 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Hanya membahas bauran produk, promosi, lokasi dan kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo.
- b. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan pada konsumen *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo sebagai responden.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk menguji pengaruh secara simultan bauran produk, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo.
- b. Untuk menguji pengaruh secara parsial bauran produk, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo.
- c. Untuk menguji variabel yang berpengaruh dominan variabel bauran produk, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Praktisi
  - 1) Sebagai informasi bagi *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo mengenai kepuasan konsumen.
  - 2) Sebagai acuan dalam perbaikan, mengevaluasi dan peningkatan untuk menciptakan bauran produk yang berkualitas dan memberikan



promosi yang menarik terhadap konsumen serta memberikan tempat kenyamanan bagi konsumen.

b. Bagi Akademisi

1) Fakultas Ekonomi

Sebagai bahan kepustakaan yang diperlukan bagi Fakultas Ekonomi program studi Manajemen dan mengembangkan manajemen pemasaran serta menjadikan referensi untuk peneliti selanjutnya.

2) Peneliti

Peneliti mampu menerapkan media yang sesuai dalam materi pembelajaran tertentu. Serta untuk memperoleh pengetahuan dan konsep esensial dari materi pelajaran.

## 1.5 Asumsi

Menurut Widiasworo (2019: 136) “Asumsi adalah kondisi yang ditetapkan sehingga jangkauan riset jelas batasnya”. Berdasarkan pengertian asumsi diatas, maka untuk mempermudah penelitian, peneliti menentukan asumsi sebagai berikut:

- a. Bauran produk di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo bermacam-macam seperti ayam goreng/ *fried chicken*, *hamburger*, *french fries*, *organic rice*, minuman, puding dan es krim dan masih banyak lagi. Dengan adanya varian produk tersebut maka terjadilah rasa keingintahuan konsumen untuk membeli dan menikmati salah satu produk yang tersedia.

- b. Promosi di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo sudah dilakukan dari tahun ke tahun baik itu secara periklanan, promosi penjualan, dan publisitas. Promosi ini dilakukan dengan menggunakan brosur dan media sosial yang menarik perhatian untuk membeli. selain itu, juga mengandalkan media sosial untuk memberikan produk yang menarik dan memberikan potongan harga kepada kalangan masyarakat.
- c. Lokasi di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) sangat strategis. Selain tempat makan yang nyaman, KFC mudah dijangkau, lalu lintas yang tidak begitu ramai, lingkungan bersih juga tersedia halaman parkir yang luas.
- d. Kepuasan konsumen *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo menyesuaikan dengan keinginan konsumen seperti pelayanan yang baik, respon yang cepat dan produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan yang telah dibayarkan agar konsumen merasa puas.