

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini industri pangan berkembang sangat pesat. Bisnis rumah makan atau restoran merupakan salah satu lahan bisnis yang dari waktu ke waktu semakin mengembangkan jaringannya dan memasuki pasar domestik sehingga menyebabkan pergeseran pola konsumsi makanan. Seiring perkembangan teknologi yang semakin canggih, dan banyak pilihan makanan maka para konsumen harus lebih selektif untuk memilih makanan yang diinginkan. Karena pada saat ini banyak bermunculan makanan siap saji (*fast food*).

Menurut Dick dan Basu dalam Rusmiati P I dan Zulfikar Rizki (2018:3) mendefinisikan bahwa loyalitas pelanggan merupakan kekuatan hubungan antara sikap relatif individu terhadap suatu kesatuan (merek, jasa, toko, atau pemasok) dan pembelian ulang. Sedangkan menurut Ishaq dalam Jeremia dan Djurwati (2019:833) mengatakan loyalitas merupakan proses, pada akhir proses tersebut, kepuasan mempunyai efek pada *perceived quality*, yang dapat memberikan dampak kepada loyalitas dan niat untuk perilaku tertentu dari seorang pelanggan.

Menurut Hasan dalam Widiyanti dan Retnowulan (2018), mendefinisikan bahwa loyalitas pelanggan yaitu sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang – ulang. Hal ini menyebabkan pembelian berulang pada *brand* yang sama, meskipun

pelanggan tersebut telah mendapatkan pengaruh situasional atau marketing dari kompetitor untuk mengganti brand lain.

Menurut Peraturan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.11 Tahun 2014, Restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba. Sedangkan menurut peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan maka yang dimaksud rumah makan adalah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya. *Fast food* adalah makanan yang disajikan dan dibuat dengan proses yang cepat. Dianggap sebagai makanan yang berkualitas rendah kemudian dikemas ke dalam sebuah bentuk paket agar mudah dibawa kemana saja.

Berbagai cara dilakukan oleh masing-masing restoran cepat saji untuk memenangkan persaingan, antara lain yakni dengan meningkatkan kepuasan konsumen. Makanan Cepat Saji secara umumnya disukai remaja, maupun orang dewasa karena rasanya sesuai dengan selera dan harga yang tentu nya terjangkau, Mulai dari yang sederhana hingga yang mewah. Hal ini disebabkan karena makanan adalah salah satu kebutuhan pokok semua orang yang harus terpenuhi. Alasan rasional outlet makanan tumbuh

berkembang adalah karena bisnis ini menjanjikan keuntungan yang besar. Saat ini sudah banyak restoran yang menggunakan *system fast food* atau *self service* dalam melayani pembeli atau pelanggannya. Metode ini memiliki sifat yang praktis, cepat dan tidak memerlukan tenaga kerja yang banyak seperti dalam restoran yang menggunakan *system ala carte*.

Loyalitas Konsumen dapat ditentukan oleh persepsi pelanggan atas kinerja produk yang sesuai dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas bilamana kinerja suatu produk sesuai dengan apa yang dirasakan oleh pelanggan dan sesuai juga dengan yang diharapkan begitu pula sebaliknya. Para produsen harus memikirkan bagaimana cara membuat produk dengan kualitas harga yang terjangkau agar diminati oleh konsumen. Sebagai contoh yang dilakukan oleh Mc Donald's.

Mc Donald's adalah salah satu restoran cepat saji yang mendominasi di industri makanan cepat saji di Indonesia. Mc Donald's sendiri merupakan restoran cepat saji terbesar di dunia yang berasal dari Amerika. Mc Donald's menyajikan minuman ringan, kentang goreng, dan hidangan-hidangan lokal yang telah disesuaikan dengan lokasi Mc Donald's (lokalisasi) contohnya di Indonesia sendiri McDonald's menjual ayam goreng dengan nasi di setiap restorannya. Mc Donald's pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1991 di Sarinah (Thamrin). ([www.mcdonalds.co.id](http://www.mcdonalds.co.id))

Selain menjual makanan, saat ini Mc Donald's juga mempunyai Mc Cafe, yang menyediakan aneka minuman kopi dan *non* kopi serta berbagai

macam kue yang cocok dimakan dengan minuman tersebut. Sejah ini pelanggan merasa puas dengan inovasi yang disediakan oleh Mc Donald's dengan adanya Mc Café. Makanan yang disediakan oleh Mc Donald's dapat dikonsumsi oleh semua umur, dari anak – anak hingga lansia. Mc Donald's juga membunyai strategi penjualan dengan cara membuat paket promo pada produk mereka, supaya produk cepat terjual.

Dari sektor industri *fast-food* seperti McDonald's memiliki beberapa pilihan inti yang menjadi khas dari restoran *fast-food* dalam melakukan transaksi penjualan dalam 4 hal yaitu : *Eat In / Dine In, Take Out / Take Away, Drive Thru, dan Delivery Service* adapun pengertian jenis transaksi tersebut adalah sebagai berikut:

**1. *Eat In / Dine In***

Fasilitas yang disiapkan restoran cepat saji bagi para konsumen yang ingin menikmati santap makan di restoran tersebut.

**2. *Take Out / Take Away***

Fasilitas yang disediakan bagi para konsumen yang membeli makan untuk dibawa pulang.

**3. *Drive-Thru***

Fasilitas yang disediakan bagi para konsumen yang ingin memesan makanan melalui kendaraan pribadi mereka.

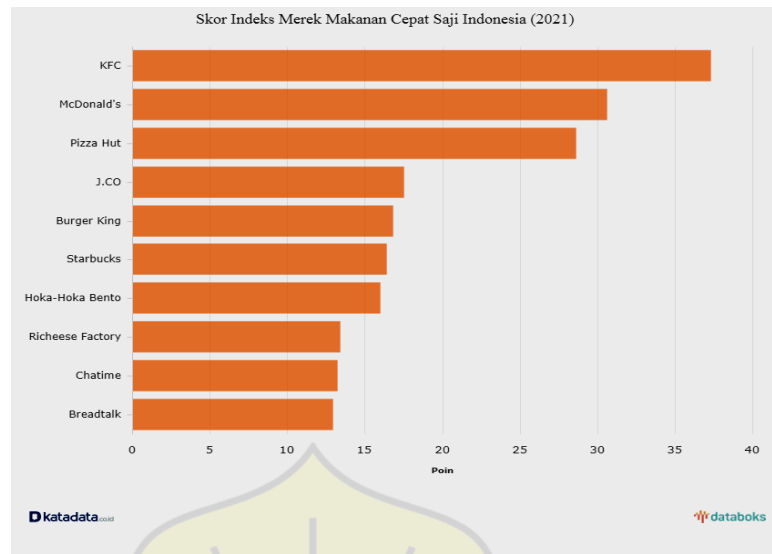
**4. *Delivery Service***

Fasilitas yang disediakan bagi para konsumen yang ingin memesan makanan untuk diantar baik itu kerumah, kantor, atau tempat tempat tertentu dengan dikirim melalui armada *delivery service*.

Dengan berkembangnya kehidupan bermasyarakat konsumen tidak lagi sekedar membeli suatu produk, tetapi juga segala aspek layanan maupun kenyamanan pada *brand* tersebut, mulai dari tahap pra pembelian hingga tahap purna beli. Apabila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara yang efektif dalam melakukan diferensiasi adalah melalui layanan tambahan yang diberikan. Produk atau jasa tentunya akan terus bersaing untuk mendapatkan konsumen, maka dari itu *brand* harus mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga akan menciptakan loyalitas pada konsumen itu sendiri, karena loyalitas konsumen merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan daya saing. loyalitas konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, konsumen akan merasa tidak puas apabila hasil yang diharapkan tidak memenuhi harapan. Maka dari itu perusahaan harus memikirkan cara terbaik untuk melayani pelanggan agar mereka merasa puas karena, tingkat loyalitas konsumen dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal.

Menurut Priansa (2017) menyatakan bahwa “loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang tercermin dari sikap (*attitude*) yang sangat positif dan wujud perilaku (*behaviour*) pembelian ulang yang dilakukan oleh pelanggan tersebut secara tetap dalam jangka waktu yang lama”.

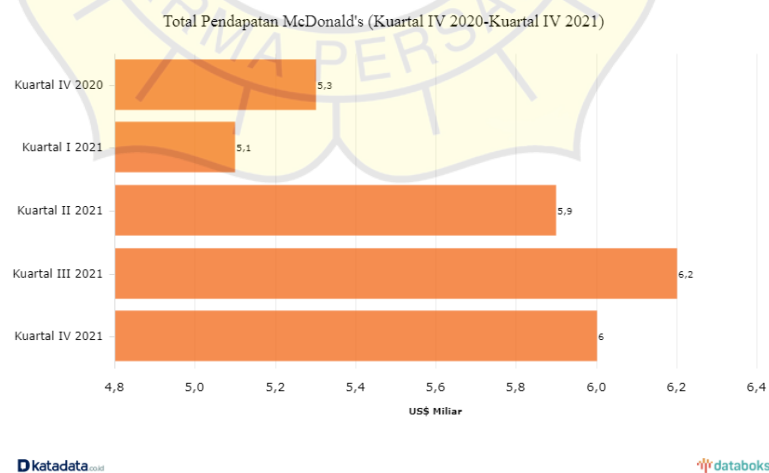
Berikut adalah tabel data skor indeks merk makanan cepat saji di Indonesia Tahun 2021 :



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

### Gambar 1.1 Skor Indeks Merek Makanan Cepat Saji Di Indonesia

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa Mc Donald's berada di urutan kedua dengan presentase 30.6% . Sehingga Mc Donald's bisa bertahan hingga saat ini dengan memiliki *outlet* tersebar di Asia Tenggara. Mc Donald's adalah usaha yang bergerak di bidang makanan cepat saji.



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

### Gambar 1.2 Total Pendapatan McDonald's (Kuartal IV 2020 – 2021)

Dari data diatas diketahui bahwa pendapatan McDonald's pada kuartal IV 2021 tercatat sebesar US\$6 miliar. Prestasi itu mengantarkan McDonald's meraih nilai penjualan US\$23,2 miliar sepanjang 2021 atau meningkat 21% dibandingkan tahun sebelumnya. Jika dibandingkan dengan kuartal sebelumnya, pendapatan MCDonald's pada kuartal IV 2021 menurun 3%. Pada kuartal III 2021, pendapatan McDonald's tercatat sebesar US\$6,2 miliar. Jika dilihat trennya, pendapatan McDonald's secara kuartalan selama 2021 cenderung fluktuatif. Pada kuartal I 2021, pendapatan turun 4% dibandingkan kuartal sebelumnya.

Berdasarkan Top Brand Award untuk kategori restaurant fastfood donat terdapat beberapa merek. Berikut adalah data *Restaurant Fastfood McDonald's* dari *Top Brand Award* :

**Tabel 1.1 Top Brand Index Restaurant Fastfood 2020**

<b>BRAND</b>	<b>TBI</b>	<b>TOP</b>
<b>KFC</b>	<b>26.4%</b>	TOP
<b>Mc Donald's</b>	<b>22.8%</b>	TOP
<b>Hoka-Hoka Bento</b>	<b>6.5%</b>	
<b>A&amp;W</b>	<b>5.9%</b>	
<b>Richeese Factory</b>	<b>4.9%</b>	

Sumber :<http://www.topbrand-award.com>

**Tabel 1.2 Top Brand Index Restaurant Fastfood 2021**

<b>BRAND</b>	<b>TBI</b>	<b>TOP</b>
<b>KFC</b>	<b>27.2%</b>	TOP
<b>Mc Donald's</b>	<b>26.0%</b>	TOP
<b>Hoka-Hoka Bento</b>	<b>8.5%</b>	
<b>A&amp;W</b>	<b>7.9%</b>	
<b>Richeese Factory</b>	<b>5.9%</b>	

Sumber :<http://www.topbrand-award.com>

**Tabel 1.3 Top Brand Index Restaurant Fastfood 2022**

<b>BRAND</b>	<b>TBI</b>	<b>TOP</b>
<b>Mc Donald's</b>	<b>30.7%</b>	TOP
<b>KFC</b>	<b>30.5%</b>	TOP
<b>Hokben</b>	<b>10.8%</b>	
<b>Burger King</b>	<b>9.6%</b>	
<b>Pizza Hut</b>	<b>5.2%</b>	

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Dari data Top Brand Award di atas bisa dilihat bahwa selama tiga tahun terakhir. Presentase *Restaurant* Mc Donald's pada tahun 2020 dengan jumlah 22.8%, di tahun 2021 sebesar 26.0% dan di tahun 2022 yaitu sebesar 30.5%. Merek Mc Donald's merupakan salah satu merek *Restaurant* yang sudah ada di Indonesia sejak lama namun hal itu tidak mendorong McDonalds untuk bisa berada di posisi teratas dalam statistik data yang diberikan oleh Top Brand Award, sebenarnya penurunan *brandequity* beberapa merek tersebut diduga disebabkan oleh ketidakberhasilan pemasar menggunakan strategi untuk mengoptimalkan sisi permintaan dan penawaran suatu merek (sofianingrum, 2017) dan penurunan tersebut disinyalir dikarenakan adanya pergeseran budaya masyarakat dalam hal barang konsumsi selama beberapa tahun ini, lalu kembali naik pada tahun 2021 yang disinyalir dikarenakan adanya kolaborasi yang diterapkan sehingga mampu menjangkau pangsa pasar khusus dimana hal tersebut termasuk pangsa pasar yang sulit untuk dicapai, terlebih dengan tampilan dari McDonalds sendiri yang memiliki ciri khas membuat konsumen bisa untuk sedikit melakukan penyegaran ditempat, dari aspek tersebut membuat



peneliti mencoba untuk melakukan analisis terhadap faktor *Store Atmosphere* dan juga Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen dari McDonalds.

Berikut ini beberapa ulasan konsumen mengenai McDonald's :

**Tabel 1.4**  
**Ulasan Positif Konsumen Mc Donald's**

No	Nama	Ulasan Positif Konsumen
1	Faisal Mahendra	Bisa buat pake laptop ada free wifi dan steker utk charger gratis sambil makan minum ngobrol santai ada tv music, full Ac, ada smoking Areanya dan toilet juga musholla. keren di hook tempatnya freeparkir luas ada drivethru nya, letak strategis utk meeting point. kebersihan dan keamanan juga terjaga, tukang parkirnya sigap dan tulus.
2	Safara Channel's	pelayanannya okay banget, kakaknya ramah ramah juga, tempatnya strategis
3	Rinda	Tempatnya selalu rame, kemaren cuma nyobain yang drive-thru minuman aja, float mcd biasanya enak, cuma pas kemaren nyoba rasanya agak kurang aja. Pelayanannya udah oke banget, cepat juga.
4	Wahid Emalution	Cari-cari mcd yang ada <i>choco frappe</i> karena istri ngidam dan Ketemu disini, jadi cocok buat kamu yang punya istri atau pasangan yang lagi ngidam <i>choco frappe</i> . Tempatnya luas juga!
5	Nisrina Kamilia	Mantap. Makanan nya disini enak banyak pilihannya. Pelayanan cepat, Ramah, bersih, dan nyaman. Interior nya pun bagus. Pelayanan nya nomor satu. Sukses selalu buat mcd duren sawit

6	Caca Channel	Pelayanan oke rasa oke dan promonya banyak
7	Innof Riyanti	ngajak si kecil nih ke sini..banyak menu yg dia suka,lahap makannya sampai habis,trus dapat hadiah topeng buat si kecil,lucuk deh di pakenya..yukk yg mau nyantai ke sini, tempatnya strategis, parkirannya luas pasti betah deh berlama lama.
8	Salshabhina Dwi F	bagus pelayanannya, baik baik semua. cepat juga, ramah, enak makanannya. good lah
9	Astriana Widawati	Abis survey lokasi, terus makan disini. Rapi, bersih, karyawannya cekatan dan membantu. Terima kasih. semangat terus.
10	Umay Humairoh	Tadi rame banget, apa karena hari sabtu. tp overall good, pelayanan-prokes-bersih.

Sumber : Review Google Maps, 2022

**Tabel 1.5**  
**Ulasan Negatif Konsumen McDonald's**

No	Nama	Ulasan Negatif
1	Qunty Sagita	Hanya ada 1 pegawai yang ramah. DAN SANGAT DISAYANGKAN PEGAWAI Yang lain SANGAT TIDAK RAMAH DAN SOROT MATANYA SEMUA JUTEK TIDAK MENGHARGAI TAMU
2	Fadlan Abu Ahla	Drive thru eh pas dicek di rumah kurang 1 menu. Akhirnya balik lagi walau kena macet lama di lampu merah. Next time agar lebih cermat dan teliti layanan drivethru nya.
3	Muhammad Taufik Hidayat	Kecewa dgn pelayanan disini stok ayam ga lengkap pesennya paha yg dikasih malah sayap. Cukup tau

4	Arif Rachman Hidayat	Pesen mcflurry, porsinya cmn setengah drpd di mcd2 lainnya. Manajemen gmn ini.
5	Dian Tri Puji Lestari	Tolong dong kalo ada pesenan gojek dibaca! Pesen kentang dikasih nasi, kebuang sia sia!
6	Intan Rahmita	Agak kecewa sama mcd di buaran ini saat saya order untuk take away dijam dine in selesai tidak ramah seakan mengusir customer secara tidak langsung saat waktu dine in selesai, padahal saya cuma numpang duduk saja sembari nunggu ojek online, memangnya kenapa ya? Bingung deh concern apa yang diterapkan pihak MCD di Duren Sawit ini seakan saya duduk disitu 20menitan saja serasa merugikan sepertinya. Who knows.
7	Aris Afrizal Maulana	Demi apapun gua dapet kasir judes, emosi gua litany
8	Lee Dhea	Jangan kesini guys. Kasirnya jutek. Gw pesen ga mau pentungan dikasih pentungan, abis gitu parahnya bilang ga bisa debit. Bisanya cash. Coba tolong itu auditor diaudit kasirnya Masa gw kena take away charge dua kali. Woiiii sampe mati gw ga bakal balik lagi ke mcd raden inten.
9	Hafshah Chania	Bisa gk sih pelayanannya sopan Masa ada 3 meja 3 kursi gk boleh betiga orgnya Terus di usir" tanpa di carikan meja pengganti MENDINGAN KE BURGER KING DAH kagak diusir" Monmaap gua mau beli bukan numpang mejeng

10	Andi Irmawan	Pelayanannya terlalu lama 1 jam lebih baru jadi makanannya, belum Security parkir motor yg tidak bisa mengatur parkir sehingga terlalu penuh padahal didalam parkir masih kosong, jadi yang baru datang parkir diluar area mcd bahkan ada yg parkir di sebrang jalan karna semrawutnya parkir yg dikira penuh padahal masih lega didlmnya.
----	--------------	--

Sumber : Review Google Maps, 2022

Dari tabel 1.5 diatas menunjukkan bahwa ada konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Mc'donald Buaran. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya ulasan negative dari konsumen.

Mc Donald's merupakan perusahaan cepat saji yang sudah cukup sukses, dengan banyaknya pesaing Mc Donald's atau pun pesaing baru, perusahaan masih tetap bertahan dalam persaingan bisnis meskipun semakin banyaknya *outlet* yang berdiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Store Atmosphere* Restoran dan Lokasi Mc Donald's berpengaruh terhadap loyalitas konsumen itu sendiri, karena perusahaan dituntut untuk tetap bisa memuaskan konsumen dalam menjamin mutu pelayanan serta produk yang ditawarkan di semua gerai McDonald's menggunakan standar operasional yang telah ditetapkan oleh principal nya, yaitu memastikan kualitas mutu produknya, memberikan kepuasan dalam pelayanan pelanggan, menawarkan kebersihan dan keamanan produknya.

Faktor utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen disamping kualitas produk adalah kenyamanan. Kenyamanan konsumen adalah suatu

kondisi dimana konsumen bisa mendapatkan kepuasan terhadap fasilitas maupun layanan dari suatu penyedia jasa baik dari segi fasilitas tempat, lokasi, dan layanan, baik itu produk barang atau produk layanan jasa. Sedangkan menurut Putra (2020) “Kenyamanan merupakan keadaan dimana telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang bersifat individual”.

Restoran merupakan salah satu ruang publik dengan beragam aktivitas didalamnya. Maka dari itu para pemilik restoran berusaha untuk dapat menghadirkan suasana ruang yang nyaman bagi pengunjung, salah satunya adalah desain dan tata letak sarana duduk didalamnya. Sarana duduk yang terdapat didalam restoran dikonfigurasi atau di tata dalam beberapa jenis pola hingga membentuk sebuah tata letak furnitur sesuai dengan tema restoran. Beragam jenis tata letak yang ditampilkan dapat mempengaruhi preferensi pengunjung dalam memilih sarana duduk yang diinginkan untuk memperoleh kenyamanan. Kenyamanan yang dimaksud dapat berupa kenyamanan fisik jika dilihat dari jenis atau desain, dimensi, material, dan warna yang digunakan sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Sementara untuk kenyamanan psikologis dapat berupa tata letak atau posisi duduk pengunjung yang dapat mendukung aktivitas pengunjung, seperti letak sarana duduk yang dekat area service memiliki preferensi lebih rendah daripada letak sarana duduk yang berada di tengah ruang dengan kemudahan akses dan pelayanan service dari restoran (Izzati, 2017).

Lokasi yang tepat merupakan modal untuk mencapai tujuan demikian juga sebaliknya pemilihan lokasi yang salah akan menghambat segala gerak-gerik bisnis sehingga akan membatasi kemampuan memperoleh keuntungan. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis selain itu juga memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi produk restoran kelas kecil yang diberikan. Selain kedekatan dengan target pasarnya, ketersediaan infrastruktur yang memadai juga perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha (Hidayat Realon Taufik & Sri Zuliarni, 2020).

McDonald's menghadirkan *Store Atmosphere* restoran yang khas juga selalu disesuaikan dengan lokasi di setiap gerainya dengan fasilitas dan system operasional yang unggul bagi setiap konsumen McDonalds, McDonalds mengalami perkembangan kearah yang menguntungkan sebagai sebuah brand, serta terus mengembangkan system operasional McDonald's kearah yang lebih baik lagi lewat inovasi dan teknologi, serta McDonald's selalu menjamin mutu produk-produknya, memberikan pelayanan yang memuaskan, menawarkan kebersihan dan keamanan produk pangan serta nilai-nilai tambah lainnya. Senyum konsumen adalah hal penting untuk McDonald's. Aspek desain dan *Store Atmosphere* dari McDonald's dapat menciptakan suasana hati dan presentasi visual dari ruang komersial yang akan mempengaruhi pengunjung dan keputusan pengunjung dalam mendatangi juga membeli barang atau jasa yang ditawarkan, terlebih untuk masyarakat sekarang terutama kawula muda tidak lepas dari kebutuhan

psikologis sosial media yang terkadang menjadi kebutuhan primer dari sebagian masyarakat.

Aspek desain dan fisik interior terdiri dari beberapa macam aspek seperti bentuk desain, penggunaan material, dimensi ruang, kebisingan di dalam ruangan, dan lain - lain. Pencahayaan adalah salah satu dari aspek desain dan fisik interior yang dapat mempengaruhi suasana dan mood sehingga dapat menimbulkan minat pengunjung dalam membeli dan membentuk pengalaman secara umum sehingga menciptakan loyalitas pelanggan untuk kembali membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan oleh McDonalds.

Selain *store atmosphere* dan fasilitas dari Mc Donalds sendiri, faktor lain yang diduga dapat menjadi tolak ukur konsumen untuk kembali membeli dan menggunakan jasa Mc donald's adalah lokasi. Faktor lokasi dapat menjadi penentu bagi pelanggan untuk mendatangi, membeli dan juga menggunakan jasa yang ditawarkan oleh Mc Donalds. Lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis karena akan memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi produk yang diberikan. Selain kedekatan dengan target pasarnya, ketersediaan infrastruktur yang memadai juga perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha.

Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Kirima (2017), Azzuhri, M & Tanjung (2017), Lee (2017), dan Hartiatin (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara

desain interior terhadap minat pengunjung. Semakin baik desain interior maka akan meningkatkan minat pengunjung.

Dari beberapa uraian yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian mengenai **“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA RESTORAN MC DONALD’S (Studi Kasus Konsumen Mc Donald’s di Buaran Jakarta Timur) ”**

## **1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan pada Restaurant Mc Donald’s :

1. McDonald’s menempati urutan ke dua dengan presentase 30,6% dalam kategori merk makanan cepat saji di Indonesia tahun 2021.
2. McDonald’s Buaran berada di lokasi yang cukup strategis.
3. *Store atmosphere* memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap McDonald’s untuk tetap menikmati produk dan layanan yang diberikan.



### 1.2.2 Batasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk memfokuskan permasalahan yang akan diteliti dan menghindari adanya penyimpangan dari penelitian yang akan dilakukan. Dengan tujuan untuk memberikan arah dan mempermudah penelitian dalam mencapai tujuannya. Maka batasan masalah dari penelitian ini yaitu hanya membahas mengenai pengaruh *store atmosphere* dengan Fasilitas yang diberikan juga Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen pada Restoran Mc Donald's.

### 1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Store Atmosphere* dan Lokasi berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen restoran Mc Donald's Buaran Jakarta Timur?
2. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen restoran Mc Donald's Buaran Jakarta Timur?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen restoran Mc Donald's Buaran Jakarta Timur?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen pada restoran Mc Donald's Buaran Jakarta Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Konsumen pada restoran Mc Donald's Buaran Jakarta Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen pada restoran Mc Donald's Buaran Jakarta Timur..

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini meliputi kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis yang dapat diuraikan sebagai berikut :

#### 1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pengetahuan kepada mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Darma Persada, terutama yang berkaitan dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran. Serta penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya, sehingga dapat digunakan sebagai referensi dalam pengembangan penelitian bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

## 2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan solusi terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan *Store Atmosphere*, Lokasi, Loyalitas Konsumen Sehingga dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran dan pembuat penelitian.

