

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di masa kini ada berbagai macam bisnis yang bisa menjadi peluang usaha salah satunya adalah *cafe and resto*. Saat ini sudah banyak produsen *cafe and resto* yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini membuat pengusaha *cafe and resto* harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan dan kebutuhan pasar. Telah banyak *cafe and resto* yang menawarkan serta menyajikan makanan dan minuman dalam berbagai bentuk dan varian, mulai dari yang sederhana sampai yang mewah. Hal ini disebabkan makanan merupakan satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi manusia menyatakan pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di berbagai belahan dunia (Anugrah, et al., 2020). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa alasan rasional outlet makanan tumbuh karena para pebisnis makanan bisa mengantongi keuntungan bersih minimal 50% setelah dikurangi biaya operasional (Sukatmadiredja, 2017).

Pertumbuhan pesat di usaha makanan, khususnya *cafe and resto* membuat pebisnis sadar akan posisi pesaing usaha, sehingga mereka harus mempertahankan keunggulan bersaing. Hal ini sangat penting bagi perusahaan dalam mempertahankan pelanggan dan keberadaannya di usaha makanan. Salah satu cara untuk memenangkan konsumen adalah dengan membuat sesuatu yang berbeda. Suasana bisa menjadi alternatif untuk membedakan *cafe and resto* yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan diperlukan karena dari setiap bisnis pasti didapati produk yang serupa dengan harga yang berkisar beda tipis bahkan sama. Suasana *resto dan cafe* bisa menjadi alasan lebih

bagi konsumen untuk memilih dan tertarik dimana ia akan berkunjung dan membeli. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh (Anwar dan Satrio, 2015) dalam keputusan pembelian, konsumen tidak hanya memberi respon terhadap barang dan jasa yang ditawarkan, tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan pembeli yang menyenangkan bagi konsumen. Hal ini membuat konsumen akan memilih tempat toko, rumah makan, atau cafe yang disukai dan melakukan pembelian.

Salah satu faktor yang mempengaruhi ramai atau tidaknya usaha *cafe and resto* berkonsep angkringan adalah pada kualitas pelayanan. Menurut Wahyuni, (2017) definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan harapan konsumen maka akan mudah menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sebaliknya jika kualitas jasa yang dipersepsikan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka dianggap kualitas pelayanan tersebut tidak bagus atau buruk maka akan cenderung mendorong konsumen untuk beralih dan menjadi tidak loyal. Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan seperti yang bergerak dibidang makanan sangat berpengaruh karena pelayanan yang baik merupakan salah satu cara untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Pelayanan merupakan hal yang utama dalam usaha seperti rumah makan berkonsep angkringan, karena rumah makan berkonsep angkringan dengan pelayanan yang baik akan mendapat respon yang baik dari konsumen dan konsumen juga akan merasa nyaman di rumah makan berkonsep angkringan tersebut.

Selain kualitas pelayanan yang menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian adalah *store atmosphere* yang juga berperan penting dalam suatu usaha seperti *cafe*, rumah makan, pertokoan, mall dan lainnya. Suasana

yang nyaman akan menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk datang dan melakukan pembelian berulang ulang sebagai bentuk keloyalannya pada tempat makan tersebut. Menurut Kotler (2014), identitas sebuah toko dapat dikomunikasikan pada konsumen melalui dekorasi toko atau secara lebih luas melalui *atmosphere* nya. Meskipun *atmosphere* sebuah toko atau rumah makan tidak secara langsung mengkomunikasikan dengan kualitas pelayanannya, tetapi *atmosphere* rumah makan secara diam – diam mampu memberikan atau menunjukkan kelas sosial dari layanan yang akan diberikan untuk konsumen.

Kemudian bukan hanya dari segi kualitas pelayanan dan *store atmosphere* saja yang memenuhi syarat, tetapi bagi suatu usaha kuliner makanan cita rasa pada suatu rumah makan menjadi syarat penting dalam penjualannya. Jika cita rasa makanan yang diproduksi rumah makan dapat memenuhi kriteria atau sesuai dengan hati konsumen, maka konsumen akan melakukan pembelian dan menjadi loyal pada tempat makan tersebut. Segi cita rasa disetiap usaha makanan maupun minuman jika saja sudah tidak bagus makan konsumen bukan hanya tidak akan puas dan menjadi tidak loyal lagi.

Angkringan Sor Pelem Trunojoyo adalah salah satu resto berkonsep angkringan yang mencoba menerapkan ketika hal tersebut untuk terus mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya. Angkringan Sor Pelem Trunojoyo selalu berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya seperti meningkatkan kehandalannya dalam memberikan pelayanan, karyawan angkringan yang memiliki daya tanggap yang baik terhadap konsumen, rasa empati yang positif dari karyawan kepada konsumen serta pemberian jaminan atas pelayanan atau produk yang buruk dengan memberikan produk yang baik. Peningkatan bukti fisik di Angkringan Sor Pelem Trunojoyo juga terus ditingkatkan untuk dapat meningkatkan kenyamanan konsumen

ketika datang ke Angkringan Sor Pelem Trunojoyo. Selain upaya untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, Angkringan Sor Pelem Trunojoyo juga aktif melakukan pengembangan pada *store atmosphere* nya sehingga memunculkan rasa emosional yang positif pada konsumen. Angkringan Sor Pelem Trunojoyo juga selalu menjaga cita rasa makanan dan minumannya sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penjabaran fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh *Service Quality*, *Store Atmosphere*, dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Angkringan Sor Pelem Trunojoyo”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Angkringan Sor Pelem Trunojoyo?
2. Apakah *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Angkringan Sor Pelem Trunojoyo?
3. Apakah cita rasa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Angkringan Sor Pelem Trunojoyo?
4. Apakah kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan cita rasa secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Angkringan Sor Pelem Trunojoyo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Angkringan Sor Pelem Trunojoyo.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan Angkringan Sor Pelem Trunojoyo.
- c. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap loyalitas pelanggan Angkringan Sor Pelem Trunojoyo.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan cita rasa secara bersama-sama (simultan) terhadap loyalitas pelanggan Angkringan Sor Pelem Trunojoyo.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi para peneliti adalah dapat digunakan sebagai bahan acuan mengenai pemasaran khususnya bahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan cita rasa terhadap loyalitas pelanggan Angkringan Sor Pelem Trunojoyo.

2. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak Angkringan Sor Pelem Trunojoyo untuk mengambil dan membuat kebijakan terkait peningkatan loyalitas pelanggan khususnya dengan menggunakan strategi peningkatan kualitas layanan, *store atmosphere* dan cita rasa makanan dan minuman.

3. Bagi penelitian mendatang

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan sumber referensi bagi penelitian mendatang dan menjadi sumber yang terbarukan untuk dilaksanakannya penelitian berikutnya.

