

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Di era modern ini segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia setiap kali akan mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan juga pengaruh pada pola perilaku pesaing di dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini membuat timbulnya persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya.

Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut.

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan karena hanya dengan makan manusia dapat melangsungkan hidupnya.

Restoran adalah suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman untuk dikonsumsi tamu sebagai kebutuhan dalam rangka memperbaiki/memulihkan kembali kondisi yang telah berkurang setelah melakukan suatu kegiatan karena makanan merupakan kebutuhan hidup utama manusia maka dari itu restoran menjadi salah satu tujuan manusia untuk membeli produk yang disajikan. Selain itu restoran memiliki tempat yang bersih dan nyaman bagi pelanggan.

Pada dasarnya loyalitas yang sesungguhnya tidak akan dapat terbentuk apabila pelanggan tidak atau belum melakukan proses pembelian terlebih dahulu. Pelanggan yang puas akan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dibandingkan dengan pelanggan yang tidak puas. Loyalitas pelanggan merupakan kelanjutan dari kepuasan pelanggan, walaupun sebenarnya loyalitas tidak mutlak tercipta dari hasil kepuasan pelanggan. Dalam meningkatkan persaingan masing-masing restoran harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik yang berbeda dengan restoran lainnya dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah, serta dengan pelayanan yang memuaskan untuk meningkatkan loyalitas konsumen

Kualitas pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi maka akan menimbulkan ketidakpuasan. Biasanya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Pemahaman perusahaan berawal dari produk, selanjutnya disesuaikan dengan *price*, *promotion* dan *place*. Pemikiran yang berorientasi pada pasar dan konsumen merupakan kebutuhan yang tidak dapat dielak lagi di era persaingan bisnis yang *hypercompetition*. Kualitas pelayanan yang diberikan rumah makan tugu ijo kurang baik ketika pelanggan yang datang untuk memesan tidak dapat langsung dilayani karena kurang tanggapnya karyawan rumah makan tugu ijo. Jika ada pelanggan yang ingin membungkus makanan, karyawan rumah makan tugu ijo sering lupa apa yang di pesan pelanggan.

Selain pelayanan, harga juga merupakan variabel penting dalam pemasaran. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk. Harga pada rumah makan tugu ijo lebih mahal dibanding dengan rumah makan lainnya. Akibatnya banyak pelanggan yang tidak membeli berulang kali karena harganya yang cukup mahal.

Tabel 1.1.1

Daftar Menu dan Harga Rumah Makan Tugu Ijo

Babadan Sukosari

No	Menu	Harga
1	Ayam Bakar	Rp 17.000,-
2	Ayam Goreng	Rp 17.000,-
3	Rica-Rica Ayam	Rp 17.000,-
4	Nila Bakar	Rp 20.000,-
5	Gulai Patin	Rp 17.000,-
6	Ayam Kare	Rp 17.000,-

Sumber : Pemilik Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui harga yang ada di rumah makan tugu ijo cukup mahal bagi masyarakat. Harga ayam bakar, ayam goreng, rica-rica ayam, gulai patin dan kare yaitu Rp 17.000,- sedangkan harga nila bakar yaitu Rp 20.000,-.

Faktor lokasi/tempat juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Menurut Raharjani (2005:5), strategi lokasi/tempat adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya (Rumah Makan) di suatu kawasan / daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi/ tempat akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup pemilik rumah makan. Semakin berkembangnya masyarakat modern seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat

yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk dan mengakibatkan semakin banyak para pekerja pria maupun wanita yang menghabiskan waktu di luar rumah, mengakibatkan mereka untuk selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer, rumah makan tugu ijo mengalami penurunan jumlah konsumen yaitu pada bulan Februari.

Data tersebut dapat dilihat dari jumlah pembelian pada tabel berikut:

Tabel 1.1.2

Konsumen yang Melakukan Pembelian di Rumah Makan
Tugu Ijo Sukosari Babadan
Pada Bulan Februari 2017

Minggu	Jumlah Konsumen
1	376
2	287
3	184
4	53
Jumlah	900

Sumber : Data dari penelitian Rumah Makan Tugu Ijo
Babadan Ponorogo

Berdasarkan tabel di atas konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Makan Tugu Ijo jumlahnya pada minggu ke-1 ada 376 orang, minggu ke-2 ada 287 orang, minggu ke-3 ada 184 orang, minggu ke-4 ada 53 orang pada bulan Februari mengalami penurunan terlihat pada minggu ke-2, 3 dan 4. Permasalahan yang terjadi berdasarkan data di atas adalah

adanya penurunan jumlah konsumen dari minggu ke minggu selama satu bulan terakhir atau berkurangnya jumlah konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Makan Tugu Ijo. Dapat diduga bahwa penurunan jumlah konsumen disebabkan karena kualitas pelayanan yang kurang baik, harga yang masih kurang menjangkau masyarakat dan lokasi rumah makan memiliki tempat parkir yang kurang memadai.

Demi dapat bersaing dengan rumah makan lainnya, perusahaan Rumah Makan Tugu Ijo perlu memperhatikan kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Oleh sebab itu perusahaan perlu memperhatikan hal-hal demikian agar loyalitas pelanggan pada Rumah Makan tugu Ijo tidak berkurang. Peneliti akan meneliti tentang kualitas pelayanan, harga dan lokasi karena sejauh ini peneliti belum pernah mengetahui peneliti dengan variabel dan tempat penelitian yang sama.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan.**

1.2.Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disajikan beberapa masalah sebagai berikut:

- a. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo?
- b. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo?

- c. Apakah Lokasi Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo?
- d. Apakah Variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo?

1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini mempunyai tujuan antara lain :

- a. Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo.
- b. Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo.
- c. Mengetahui Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo.
- d. Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan di Rumah Makan Tugu Ijo Sukosari Babadan Ponorogo.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan akan diperoleh informasi yang bermanfaat antara lain :

1. Bagi Peneliti

- a. Sebagai pembelajaran dalam penulisan dan penelitian karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan.
- b. Sebagai sarana untuk menguji kompetensi diri selama mendapatkan teori di bangku kuliah serta sebagai pesyaratan untuk mendapat gelar sarjana.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan pemilik usaha untuk meningkatkan serta menarik loyalitas pelanggan melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhinya.

3. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan atau menambah pembedaharaan perpustakaan dan bisa menjadi bahan referensi atau daftar pustaka di kampus.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti dimasa datang disarankan untuk memperbanyak jumlah sampel yang akan digunakan, serta mencoba menambahkan variabel-variabel lain yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan.
- b. Selain itu peneliti dimasa datang harus mencoba menggunakan wilayah observasi yang berbeda, serta mencoba menggunakan

alat analisa data yang lain. Saran ini sangat penting dicoba untuk meningkatkan akurasi hasil penelitian dimasa mendatang.

