

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat, salah satunya bisnis dalam bidang kuliner. Terbukti dengan semakin banyaknya pembisnis baru yang sudah memasuki pasar dengan berbagai macam strategi yang digunakan untuk menarik minat konsumen sebanyak mungkin. Perusahaan tidak hanya berusaha menarik konsumen yang baru serta banyak oleh sebab itu perusahaan berusaha keras untuk mempertahankan pelanggan yang sudah mereka dapatkan. Dapat dilihat dari pengusaha dibidang restoran dan rumah makan yang sudah mendapatkan kesuksesan dalam membangun bisnisnya di suatu wilayah tetapi kemudian mengalami kegagalan pada saat mencoba untuk melakukan ekspansi di wilayah lainnya. Bisnis dibidang kuliner seperti restoran dan rumah makan meskipun mempunyai prospek yang cukup bagus, akan tetapi juga sangat rentan, khususnya terhadap konsistensi pada faktor varian produk, kualitas pelayanan, suasana toko, kepuasan pelanggan serta pentingnya loyalitas pelanggan (Widjaya, Suryawan, & Stefani, 2014).

Dalam dunia kuliner varian produk atau keberagaman produk bukan hal lagi menjadi hal yang baru, dimana strategi ini banyak dilakukan oleh praktisi-praktisi pemasaran didalam aktifitas peluncuran produknya. Menurut Kotler (2009), dalam suatu merek atau lini produk varian produk sebagai ahli tersendiri yang dapat dibedakan berdasarkan dari segi ukuran, harga, penampilan, atau ciri-

ciri.(Kotler P. , 2009). Sedangkan definisi lain menjelaskan bahwa item yaitu suatu unit khusus yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau atribut lainnya dalam suatu merek atau lini produk (Tjiptono, 2008). varian produk atau stock keeping biasanya juga di sebut dengan item produk.

Berdasarkan pengertian para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa varian produk merupakan strategi yang dilakukan oleh perusahaan melalui menganekaragamkan suatu produk dengan tujuan agar pelanggan mendapatkan produk yang di inginkan serta dibutuhkannya. Varian produk merupakan suatu yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja pada suatu produk tersebut, produk tersebut tentu akan kalah bersaing dengan produk lainnya apabila produk tersebut tidak beragam/bervariasi. Selera makan yang tidak selalu sama yang dimiliki oleh setiap pelanggan . Jika rumah makan tersebut menyediakan menu makanan dan minuman yang beraneka ragam akan lebih memudahkan rumah makan untuk menarik konsumen agar bersantap di tempatnya. Karena semakin memudahkan mereka untuk memilih menu yang sesuai dengan keinginannya (Faradisa, H, & Minarsih, 2016) .

Kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2008). Kualitas layanan merupakan keseluruhan dari fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan (Subagio, 2013). Pelayanan pelanggan ini menjadi sangat penting bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak

akan terjadi transaksi jual beli diantara kedua belah pihak. Perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan, maka dari itu kegiatan pelayanan yang baik sangatlah diperlukan (Efnita, 2017). Pelayanan sebuah kata bagi penyedia jasa yang harus dilakukan dengan baik, oleh sebab itu dalam suatu perusahaan harus memiliki strategi yang khusus untuk mengelola jasa dengan baik-baiknya. Strategi khusus yang dimaksudkan mengenai dengan hal apa yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, hal itu berkaitan dengan *Service Quality* merupakan aspek terpenting untuk mencapai kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan.

Suasana toko/ *Store Atmosphere* yang ditawarkan merupakan salah satu factor penting yang perlu di perhatikan juga dalam sebuah rumah makan agar bukan hanya menarik kepuasan perut konsumen, namun psikologis pun juga tertarik. Beberapa rumah makan yang menggunakan tema yang unik tentu akan memiliki nilai unggul dimata konsumen dibandingkan rumah makan lain. Salah satunya rumah makan yang berada di Ponorogo ini memiliki *Store Atmosphere* yang bernuansa modern dengan memiliki setiap wallpaper pada sisi dinding yang berbeda-beda guna agar pengunjung yang datang tidak merasa bosan, nyaman dan dapat memilik tempat yang berbeda-beda sewaktu berkunjung kembali.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggan tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan memacu merasa puas tidaknya seorang pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan. Beberapa perusahaan telah lama menyadari bahwa produk yang hebat tidaklah

cukup untuk menarik pelanggan atau yang lebih penting lagi membuat para pelanggan kembali membeli produk itu. (Widyaratna & Chandra, 2001).

Suatu loyalitas pelanggan tampaknya menjadi salah satu konsep di dalam dunia pemasaran yang paling sering dibahas dan diperdebatkan dalam tahun terakhir ini. Hubungan antara loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen sebagai sebagian besar dari perdebatan dan ambiguitas (Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2010). Menurut Lovelock, Wirtz, & Mussry (2010), Kepuasan adalah bahan penting terjadinya loyalitas pelanggan. Loyalitas dalam konteks konsumen rumah makan ini mengarah pada pembelian yang dilakukan berulang-ulang.

Bisnis kuliner sekarang ini sedang marak-maraknya menawarkan berbagai macam produk menu makanan/minuman yang ditawarkan dengan berbagai macam inovasi baru yang mampu mengambil hati para konsumen dan sudah tidak diragukan lagi mampu bersaing dipasar, karena masyarakat Indonesia sendiri pada dasarnya adalah mayoritas penggemar kuliner makanan. Konsumen juga dihadapkan dengan berbagai aneka macam pilihan produk-produk dan dari berbagai macamnya produk memiliki kelebihan serta kekurangannya masing-masing, dalam menentukan pilihannya sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, konsumen sangat pintar, cermat, serta hati-hati (Kurniawati, Suharyono, & Kusumawati, 2014)

Di kota Ponorogo sendiri juga sudah banyak rumah makan yang kini makin memudahkan masyarakat untuk memilih dimana mereka akan membelinya. Kebutuhan akan pangan memang menjadi kebutuhan primer. Dapat dilihat makin banyaknya pesaing khususnya dalam bidang usaha kuliner. Dimana

keberadaan rumah makan atau restoran kini semakin berkembang mengikuti perkembangan jaman. Dengan adanya rumah makan maka dapat memenuhi keinginan masyarakat selain menikmati makanan atau masakan dirumahnya. Terutama untuk masyarakat yang mungkin bosan, tidak ada makanan dirumahnya atau bahkan memang sedang menginginkan makanan dari rumah makan tersebut.

Pelaku bisnis rumah makan perlu memperhatikan pentingnya menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini penting sebab pelanggan merupakan faktor penting dalam perkembangan bisnis kuliner ini. Sebesar apapun rumah makan tersebut jika tidak memiliki pelanggan maka tidak butuh waktu lama rumah makan tersebut dapat dipastikan akan gulung tikar. Oleh sebab itu pelaku bisnis rumah makan perlu menerapkan strategi bisnis yang tepat untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan ketika mengkonsumsi produk – produk yang ditawarkannya.

Terdapat beberapa strategi bisnis yang mulai menjadi perhatian para pelaku bisnis kuliner, seperti penciptaan varian produk, peningkatan *Service Quality* serta penciptaan *Store Atmosphere* yang berbeda dengan para kompetitornya agar mampu menjadi lebih kompetitif dan menguasai pasar. Faktor varian produk, *Service Quality* dan *Store Atmosphere* tentunya sangat berpengaruh dalam bidang pemasaran bisnis kuliner ini. Hal ini juga memicu pesaing antar pelaku usaha kuliner rumah makan untuk melakukan banyak cara agar menarik konsumen untuk datang membeli makanan dirumah makan tersebut. Strategi bisnis tersebut penting untuk diaplikasikan oleh pelaku bisnis rumah makan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penciptaan produk yang memiliki banyak varian tentu saja akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan rumah makan. pelanggan akan memiliki banyak pilihan untuk memilih produk mana yang layak untuk di konsumsinya ketika datang ke rumah makan tersebut. Menciptakan varian produk yang tidak dimiliki oleh kompetitor akan memudahkan pemilik rumah makan untuk menarik calon konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama (Santoso A. , 2016). Pelanggan yang menemukan varian produk yang berbeda dengan produk – produk yang disediakan oleh rumah makan lainnya tentu saja akan memilih rumah makan tersebut untuk dijadikannya sebagai tempat untuk makan. Apalagi jika varian produk tersebut yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan tentu saja akan menciptakan kepuasan pada diri pelanggan ketika mengkonsumsi produk - produk tersebut.

Strategi bisnis berikutnya adalah peningkatan *Service Quality*. Untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan maka wajib bagi pelaku bisnis kuliner untuk menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya. Pelanggan yang menerima pelayanan yang baik dan berkualitas tentu saja akan merasakan kepuasan. Apabila pelayanan pada pelanggan pada rumah makan dinilai kurang baik misalkan karyawan yang tidak sigap dalam melayani setiap tamu yang datang, penyajian pesanan pelanggan yang terlalu lama serta karyawan yang tidak tanggap dengan pelanggan yang memerlukan bantuannya.

Pelanggan yang mengalami hal – hal tersebut tentu saja akan mengalami kekecewaan atas pelayanan yang diterima dan dampaknya akan memutuskan

untuk tidak melakukan pembelian ulang di rumah makan tersebut. Pelanggan yang menemukan kepuasan ketika berada di rumah makan tersebut tentu saja akan menjadi tertarik untuk datang kembali guna melakukan pembelian ulang agar merasakan kembali pelayanan terbaik dari pihak rumah makan. Kualitas pelayanan merupakan pengukuran atas tingkat pelayanan yang telah diberikan mampu mencapai ekspektasi pelanggan (Lewis & Booms, 1983). Beberapa penelitian sudah dilakukan untuk melihat apakah kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Oktaviani, 2014) dan (Erfiana, Sucipto, & Ikasari, 2014) dimana penelitian mereka, menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Faktor lainnya adalah penciptaan *store atmosphere* yakni penciptaan suasana rumah makan yang nyaman, bersih dan tentunya bagus. Karena masyarakat jaman sekarang tidak hanya datang untuk sekedar membeli dan menikmati makanan saja tetapi mereka juga memilih tempat yang bagus untuk dijadikan spot berfoto lalu mereka upload melalui media sosial yang mereka miliki. Tetapi tidak semua dari rumah makan tersebut tidak peduli akan hal itu. Ruang rumah makan yang diatur dengan sedemikian rupa sesuai dengan tema – tema dari berbagai macam konsep yang telah diusung memberikan nilai tersendiri di mata pelanggan. Tema-tema yang diusung tersebut akan menciptakan atmosfer positif yang mempengaruhi kepuasan para pelanggan (Tendean & Widodo, 2013). Sebaliknya, apabila rumah makan tersebut memberikan *layout* yang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para pelanggan, maka para pelanggan pun tidak

merasa puas untuk berlama-lama didalam rumah makan. *Store layout* yang baik dan menarik dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan (Suharyono & Dahlan, 2017)

Penelitian ini dilakukan di rumah makan Ecco Kitchen yang terletak di Jl. Batoro Katong no.42 Ponorogo dimana resto yang bernuansa modern dan letaknya yang strategis ini memiliki 2 lantai. Pada lantai pertama ini bernuansa sederhana menggunakan desain kayu-kayu. Sedangkan untuk lantai kedua bernuansa modern yg dimana pada sisi tembok memiliki background yang berbeda-beda serta terdapat satu ruangan tertutup dan berAC. Rumah makan Ecco Kitchen memiliki beberpa varian produk seperti yang dipaparkan pada tabel 1.1. berikut ini:

Tabel 1.1. Varian produk Rumah Makan Ecco Kitchen Tahun 2018

Jenis Varian Produk	Jumlah Varian Produk	
	Makanan	Minuman
Aneka iga dan daging	13	
Serba Steak	6	
Aneka nasi	11	
Serba seafood dan ikan	19	
Serba sayur	10	
Serba mie dan ayam	15	
Serba cemilan	7	
Aneka bakso, mie dan penyetan	7	
Lain-lain	1	
Serba Minuman		14
Serba jus		7
Serba Es		9
Milkshake		4
JUMLAH	89	34

Sumber : rumah makan Ecco Kitchen, 2018

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di rumah makan Ecco Kitchen ditemukan bahwa permasalahan yang sedang dihadapi oleh rumah makan Ecco Kitchen di tahun 2018 ini adalah penurunan perolehan laba bersih yang diperoleh dibandingkan laba bersih yang diperolehnya di tahun 2017. Laba bersih yang menurun disebabkan oleh hasil penjualan di tahun 2018 juga mengalami penurunan. Menurunnya penjualan produk Ecco Kitchen disebabkan oleh jumlah konsumen yang melakukan pembelian di Ecco Kitchen menurun. Menurut manager rumah makan Ecco Kitchen memaparkan bahwa salah satu penyebab menurunnya penjualan adalah menurunnya loyalitas pelanggan terhadap rumah makan Ecco Kitchen. Hal ini di buktikan dengan kurangnya jumlah pelanggan yang datang untuk melakukan pembelian ulang.

Selain permasalahan yang berkaitan dengan loyalitas masalah lain yang ditemukan di Ecco Kitchen adalah permasalahan kualitas pelayanan. Menurut pelanggan *Service Quality* di Rumah Makan Ecco Kitchen Ponorogo kurang baik dimana pelanggan merasa bahwa karyawan Ecco Kitchen terlalu cuek terhadap pelanggan. Pelayan Ecco Kitchen memiliki respon yang lambat terhadap pelanggan yang membutuhkan bantuannya. Pelanggan merasa karyawan sangat lama dalam menyajikan apa yang telah diorder oleh pelanggan sehingga pelanggan merasa bosan karena harus menunggu lama. Selain itu produk yang disajikan kepada pelanggan tidak sesuai dengan tampilan produk yang terdapat pada daftar menu

Permasalahan lainnya yang ditemukan adalah mengenai varian produk yang ditawarkan oleh Ecco Kitchen dimana pelanggan menilai bahwa banyak produk yang tercantum pada daftar menu namun ketika pelanggan melakukan pemesanan ternyata produk tersebut selalu tidak tersedia, dengan alasan sudah habis ataupun bahan bakunya sedang tidak tersedia. Untuk permasalahan *store atmosphere* yang ditemukan di rumah makan Ecco Kitchen adalah ketersediaan westafel yang masing kurang dan ketersediaan lahan parkir untuk motor yang dirasa penempatannya kurang tepat karena tempatnya bersamaan dengan garasi bis.

Berdasarkan pada uraian dan data yang disampaikan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Varian Produk, *Service Quality*, Dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan menggunakan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Mediasi* (Studi pada Pelanggan Rumah Makan Ecco Kitchen Ponorogo)”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah Varian Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo ?
- b. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo?
- c. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo?

- d. Apakah Varian Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo ?
- e. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo?
- f. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo?
- g. Apakah Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo ?
- h. Apakah Kepuasan Pelanggan berperan sebagai variabel Mediasi pada variabel Varian produk, *Service Quality* dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk :

- a. Mengetahui Pengaruh Varian Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo ?
- b. Mengetahui Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo?
- c. Mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo?
- d. Mengetahui Pengaruh Varian Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo ?

- e. Mengetahui Pengaruh *Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo?
- f. Mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo?
- g. Mengetahui Pengaruh Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo ?
- h. Mengetahui Pengaruh Kepuasan Pelanggan berperan sebagai variabel Mediasi pada variabel Variasi produk, *Service Quality* dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ecco Kitchen Ponorogo?

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1.4.1. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat mendukung pengambilan keputusan untuk masalah yang sedang dihadapi utamanya agar memperhatikan strategi pemasarannya khususnya dalam mengembangkan dan meningkatkan variasi produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere sehingga mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Supaya dimasa yang akan datang pelanggan rumah makan Ecco Kitchen Ponorogo

semakin meningkat dan dapat mengimbangi persaingan dengan bisnis kuliner lainnya.

1.4.2. Bagi Penelitian selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan materi serupa mengenai variabel maupun factor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui perantara variabel intervening kepuasan pelanggan yang terkait dengan varian produk, service quality dan store atmosphere.

1.4.3. Bagi customer

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam memilih rumah makan yang tepat dan sesuai dengan keinginan dari masing-masing customer. Terutama tentang masalah varian produk, service quality dan store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan melalui perantara kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.