

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Kebutuhan primer dari manusia adalah sandang, pangan dan papan. Pangan merupakan kebutuhan yang paling mendasar untuk seseorang agar bisa tetap bertahan hidup. seiring berkembangnya zaman, seseorang tidak dipusingkan lagi dengan pemenuhan kebutuhan pangannya. Berbagai jasa penyedia makanan telah tersedia saat ini. Mulai dari kuliner yang diujakan oleh pedagang kaki lima hingga makanan cepat saji yang ditawarkan restoran bergengsi.

Di kota-kota besar padat penduduk usaha kuliner berkembang dengan pesat. Pengusaha dibidang kuliner berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan melalui strategi pemasaran. Menurut Dick dan Bassu (1994) salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran sering kali dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran. loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada pelanggan (caruana, 2002)

Menurut Reichheld dan sasser (1990), loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang positif dengan performa bisnis (beerli dkk, 2004). Menurut Castro dan Amario (1999) loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis tetapi juga bisa menarik pelanggan baru (beerli dkk, 2004). Pelanggan yang memiliki loyalitas terhadap merek produk atau jasa tertentu biasanya akan bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai pengalamannya terhadap merek sebuah produk atau jasa tertentu.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

Semakin tingginya tingkat persaingan akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga, dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler : 2005). Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006).

Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Menurut hasil riset Wharton Business School, upaya perbaikan ini akan menjadikan konsumen makin loyal kepada perusahaan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Konsep dari kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas saling berhubungan satu dengan yang lain. Secara teoritis, dalam prosesnya dapat memberikan acuan pada penelitian ini, dimana kualitas layanan mempengaruhi loyalitas baik secara langsung maupun mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.

Pertumbuhan rumah makan di Indonesia menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, khususnya di kota-kota besar di wilayah Indonesia. Salah satunya yaitu Yogyakarta. Dengan banyaknya perusahaan dan juga universitas di Yogyakarta menyebabkan jumlah penduduk dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Begitu juga dengan permintaan pangan. Dari sini lah muncul banyaknya rumah makan untuk memenuhi kebutuhan pangan di wilayah Yogyakarta. Dengan semakin banyaknya rumah makan yang berdiri tentunya akan membuat persaingan didalamnya menjadi semakin ketat.

Waroeng makan SS adalah satu rumah makan yang terkenal dan banyak diminati oleh penikmat uliner do Yogyakarta. SS sendiri mempunyai keunikan tersendiri dibanding rumah makan yang lainnya. SS menawarkan berbagai masakan dengan menonjolkan berbagai macam sambal dengan cita rasa yang beraneka ragam. Untuk bisa beratahan dan bersaing dengan pemain lainnya SS selalu menerapkan *quality control* dalam setiap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Mulai dari pemillihan input produksinya. Sampai dengan menjaga standar kualitas masakan. Sebelum para koki dikirim ke cabang, mereka terlebih dahulu mendapatkan pelatihan dari owner langsung. Pelatihan meliputi pemilihan bumbu-bumbu yang dipakai, cara memasak dan cara penyajiannya. Hal ini dilakukan untuk meminmalisir menurunnya kualitas masakan dari SS sendiri.

Dari latar belakang yang dikemukakan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul :ANALISIS FAKTOR PENGARUH LOYALITAS PELANGGAN RUMAH MAKAN SS DI WILAYAH YOGYAKARTA.

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan rumah makan SS di Yogyakarta?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan rumah makan SS di Yogyakarta?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan rumah makan SS di Yogyakarta?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas Tujuan dari penelitian ini adalah adalah :

1. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan SS di Yogyakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan rumah makan SS di Yogyakarta
3. Untuk mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan SS di Yogyakarta

## **1.4 manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis

Penelitian ini dilakukan untuk memahami dan menerapkan teori yang didapat selama selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Selain itu diharapkan penulis dapat membandingkan antara teori dan praktek

yang terjadi dilapangan serta juga sebagai prasyarat akademik untuk mendapatkan Strata 1(S1) di Universitas Islam Indonesia.

## 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam membua kebijakan dan mengambil keputusan.

## 3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak lain untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta dapat sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian yang permasalahannya hampir sama atau pun sama dengan penelitian ini.

