

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pertumbuhan Industri Restoran, Rumah Makan, dan Sejenisnya pada tahun 2022, mengalami pertumbuhan. Kinerja pertumbuhan yang positif ini melanjutkan kinerja tahun 2021 yang juga positif. Meskipun kinerja tahun 2020 turun cukup dalam akibat adanya kebijakan pembatasan aktivitas untuk mencegah penyebaran covid 19.



Gambar 1. 1 Data pertumbuhan Industri Penyedia Makanan, Restoran dan Sejenisnya tahun 2011-2022

Sumber: (<https://www.dataindustri.com/Produk/Tren-Data-Pertumbuhan-Industri-Penyediaan-Makanan-Minuman-Restoran-Dan-Sejenisnya/>, 2022)

Penambahan konsumsi di Indonesia, berdampak pada semakin meningkatnya peluang bisnis kuliner sehingga muncul adanya motivasi untuk memulai bisnis dalam bidang makanan. Gejala tersebut membuat persaingan di dunia bisnis kuliner membuat perusahaan harus berjuang untuk mampu memberikan cita rasa produk yang berkualitas bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin kompleks. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk mempunyai kepekaan terhadap setiap variasi yang terjadi dan

menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama Kotler, (2003). Yang menjadi pembeda kualitas produk merupakan strategi yang tepat untuk mengatasi persaingan di kalangan pembisnis .Perbedaan produk dari sebuah perusahaan bertujuan untuk membedakan produknya dari produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diinginkan oleh pelanggan Simamora, (2001) Tidak terkecuali bisnis kuliner yang perkembangannya saat ini semakin pesat, cepat, dan bermacam-macam seiring dengan tuntutan hidup masyarakat yang semakin beragam mengakibatkan perubahan gaya hidup. Berbagai konsep, bentuk, serta cita rasa yang ditawarkan oleh para pelaku bisnis kuliner ini yang bertujuan untuk dapat memanjakan mata sekaligus lidah dari para penikmat kuliner. Banyak sekali jenis makanan, minuman, sampai jajanan (snack) ditawarkan dengan harga yang sangat bervariasi menurut target pasar yang dituju Saputra et al., (2020). Sehingga semakin banyaknya industri kuliner di kota Sukoharjo yang semakin berkembang, maka mau tidak mau para pelaku usaha harus lebih memperhatikan bagaimana cara mempertahankan kualitas sebuah produk agar tetap bisa diterima oleh konsumen. Contohnya di samping produk yang harus memiliki cita rasa yang lezat dan nikmat agar konsumen tetap setia dengan produknya, melakukan beberapavariasi rasa yang beraneka agar pelanggan tidak merasa bosan dengan produk- produk yang telah beredar. Namun kualitas produk tetap menjadi yang utama supaya pelanggan tetap loyal ( niat berkunjung kembali ).

Evaluasi pelanggan terhadap kualitas layanan sangat penting bagi perusahaan jasa yang bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka menurut (Cronin Jr & Taylor, 1992). Perusahaan yang memberikan kualitas layanan yang unggul juga memiliki basis pelanggan yang lebih puas. Kepuasan pelanggan dilihat sebagai sarana yang mempengaruhi niat berkunjung kembali dan perilaku pembelian kembali, yang pada dasarnya bisa mengarah pada pendapatan dan keuntungan masa depan perusahaan. Sebagai hasil dari hubungan langsung dengan keuntungan, masalah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan telah menjadi fokus industri perusahaan. Semakin banyak perusahaan yang mendorong untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dalam upaya menarik pelanggan Gilbert & Veloutsou, (2006). Beberapa faktor penentu kepuasan pelanggan potensial lainnya seperti kualitas makanan dan nilai yang dirasakan diabaikan

Untuk perusahaan yang berorientasi pada pelanggan, kepuasan pelanggan dianggap sebagai elemen penting untuk sukses. Pemasar biasanya berusaha menciptakan nilai dan kepuasan bagi pelanggan, dan kualitas layanan adalah penentu faktor dalam kepuasan pelanggan. Selain itu, di industri kuliner Keberhasilan dan kelangsungan hidup masing-masing restoran tergantung pada kinerja industri kuliner tersebut dan sudut pandang pelanggannya tentang itu. Pelanggan yang lebih loyal (niat berkunjung kembali) yang memilih untuk melakukan pembelian dan memutuskan untuk mengulangi pembelian mereka di masa depan membuat bisnis lebih sukses, yang kemudian akan membantu bisnis bertahan di pasar kompetitif. Oleh karena itu, hubungan antara niat

berkunjung kembali, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan sangat penting dan penting untuk ditinjau dalam penelitian ini (Namin, 2017)

Niat berkunjung kembali adalah suatu motivasi dari perilaku kehendak dan sangat terkait dengan perilaku itu sendiri (Namkung & Jang, 2007). Niat berkunjung kembali dapat digunakan untuk mengestimasi perilaku konsumsi masa depan pelanggan Jani & Han, (2011). Secara umum, perilaku masa lalu dapat berkontribusi pada niat, dan niat memandu perilaku Ouellette & Wood, (1998) .Di restoran, Niat berkunjung kembali pasca-pembelian tertentu termasuk berkunjung kembali ke restoran, merekomendasikan restoran tersebut kepada orang lain, dan memberikan komentar positif tentang restoran.

Menurut Yuniarti, (2014) Kepuasan pelanggan timbul dari perasaan senang yang dirasakan seseorang dari hasil pengkonsumsian suatu produk, baik barang maupun jasa. Menurut Namin, (2017), kepuasan pelanggan pada industri restoran cepat saji dapat diukur melalui kualitas pelayanan, kualitas makanan yang dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali dengan melakukan pembelian secara berulang maupun merekomendasikan layanan kepada orang lain, tentunya variabel-variabel tersebut terdiri dari beberapa indikator lagi.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi Kepuasan pelanggan adalah Kualitas layanan. Menurut Kotler & Keller, (2009) kualitas layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Nitecki & Hernon, (2000) mendefinisikan kualitas layanan dalam hal

“memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, atau sebagai perbedaan antara persepsi pelanggan dan harapan layanan”.

Faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan adalah Kualitas makanan. Kualitas makanan menurut Kotler, (2003) mendefinisikan kualitas makanan sebagai kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Menurut (Qin et al, 2009), Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor memengaruhi kepuasan pelanggan, serta dimensi kualitas layanan. niat berkunjung kembali dapat ditingkatkan melalui kepuasan pelanggan sebagai perantara. Lebih lanjut, pekerjaan ini menemukan bukti bahwa kepuasan pelanggan dapat tercapai ditingkatkan melalui kualitas layanan, kualitas makanan, dan rasio harga-nilai, yang pada gilirannya akan membuka jalur tidak langsung menuju peningkatan niat berkunjung kembali di industri ini. Hasil penelitian ini menjelaskan tentang pembuatan prioritas fokus manajer dan alokasi sumber daya untuk kepuasan pelanggan dan dimensi kualitas layanan yang berbeda dan dapat digunakan oleh pengelola restoran cepat saji untuk menetapkan pedoman dan strategi dalam memberikan pelayanan yang lebih baik pelanggan mereka. Sedangkan penelitian yang dilakukan Muharmi & Sari, (2019) Mengungkapkan bahwa kualitas layanan, kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali dengan Kepuasan pelanggan sebagai Variabel Mediasi. Hasil Penelitian Iskandar & Widiyanesti, (2020) membuktikan bahwa kepuasan pelanggan pada industri

restoran cepat saji dapat diukur melalui kualitas pelayanan, kualitas makanan serta rasio nilai harga yang dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali.

Riset ini merupakan replikasi dari penelitian (Qin et al., 2009) Riset tersebut di terapkan di restoran cepat saji di Amerika Serikat. Model penelitian ini menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu: Kualitas layanan, Kualitas makanan . Sehingga faktor tersebut dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali pelanggan. Pengaruh antar variabel yang ingin diketahui adalah Pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap niat berkunjung kembali. Pada penelitian ini menyatakan perbedaan hasil mengenai kualitas layanan dan kualitas makanan terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pelanggan, Yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Qin et al., (2009) yang menyatakan terhadap pengaruh positif antara kualitas layanan dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan.

Objek penelitian ini adalah pengunjung Rumah makan mbah karto tembel yang ada di Sukoharjo. Rumah makan mbah karto tembel ini sendiri sangat legendaris, buktinya rumah makan yang berada di Jl. Jaksa Agung Raya Suprpto No.9, Gabusan, Jombor, Kabupaten Sukoharjo ini masih tetap favorit dari tahun 1969 hingga sekarang, hal ini terjadi karena Rumah makan mbah karto tembel mempunyai ciri khas tersendiri yaitu ayam yang gurih dan lezat dipadu dengan sambal bawang dan sambal blondonya. Sambal blondo mbah karto ini sudah menjadi favorit banyak orang sejak dahulu, Sambal blondo

mbah karto ini yang menjadi salah satu cikal bakal sambal blondo di Sukoharjo.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Makanan terhadap Niat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Ayam Goreng Mbah Karto Tembel)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Apakah Kualitas Makanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Niat Berkunjung?
4. Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi Kualitas Layanan terhadap Niat Berkunjung Kembali?
5. Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi Kualitas Makanan terhadap Niat Berkunjung Kembali?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji dan menganalisis :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Makanan pada Kepuasan pelanggan.

3. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Niat Berkunjung.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Berkunjung Kembali yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.
5. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Makanan terhadap Niat Berkunjung Kembali yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat-manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Bagi Penulis

Dapat memberikan pengetahuan tambahan sehingga dapat menjadikan bekal dalam penerapan ilmu yang sudah diperoleh selama dibangku kuliah dalam dunia kerja yang sebenarnya.

##### 2. Bagi Objek Penulisan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak rumah makan mbah karto tembel dengan memberikan kontribusi berupa transfer informasi yang diperoleh dari hasil penelitian yang secara umum menggambarkan pengaruh kualitas layanan, kualitas makanan, kepuasan pelanggan dan dampaknya pada niat berkunjung kembali pelanggan rumah makan mbah karto tembel, sehingga kebijakan-kebijakan yang akan diterapkan diharapkan dapat membantu rumah makan mbah karto tembel untuk melihat dan meningkatkan persepsi nilai produk secara efektif dan efisien dan pada akhirnya akan mempengaruhi upaya pertumbuhan rumah makan mbah karto secara umum.



### 3. Bagi Pembaca

Penulisan ini diharapkan dapat menambah informasi bagi semua pihak yang membutuhkannya, juga dapat menjadi bahan kajian dan referensi bagi pembaca, dan juga dapat digunakan sebagai bahan penelitian untuk penelitian lanjutan.

## **E. Sistematisan Penulisan Skripsi**

Penulisan menyusun skripsi dengan membagi menjadi lima bab untuk memberikan gambaran yang jelas tentang isi dan tujuan penulisan skripsi.

Sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Sistematisan Penulisan Skripsi

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

- A. Landasan Teori
- B. Penelitian Terdahulu
- C. Hipotesis Penelitian
- D. Kerangka Penelitian

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis Penelitian
- B. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel

C. Data dan Sumber Data

D. Metode Pengumpulan Data

E. Definisi Operasional Variabel

F. Metode Analisis Data

#### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden

B. Hasil Analisis Outer Model

C. Hasil Analisis Inner Model (Model Struktural)

D. Pembahasan

#### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Keterbatasan Penelitian

C. Saran

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN