

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan bisnis di Indonesia cukup terbilang sangat pesat di bidang kuliner atau makanan. Menurut pernyataan Nonto (2011) pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di berbagai belahan dunia. Alasan rasional outlet makanan tumbuh berkembang adalah karena bisnis ini menjajikan keuntungan yang besar. Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang lebih konsumtif disertai dengan meningkatnya daya beli masyarakat menyebabkan bergesernya pola konsumsi yang mengarah pada intensitas masyarakat dalam membeli makanan di tempat makan dari pada memasak sendiri dirumah.

Atila dan Fisun (2014) mengemukakan bahwa ada faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih jenis restoran atau tempat makan, yaitu:

1. *Service quality and staff attitude* (kualitas pelayanan dan sikap karyawan)
2. *Product quality and hygiene* (kualitas produk dan tingkat kebersihan)
3. *Adventurous menu* (adanya keberagaman jenis makanan)
4. *Price and value* (harga dan menu)
5. *Atmosphere and activity* (suasana dan fasilitas)
6. *Healthy food* (makanan sehat)

7. *Location and appearance* (lokasi dan tampilan)
8. *Smoke* (tersedianya area merokok)
9. *Visibillity* (kejelasan)

Dari waktu ke waktu bisnis dibidang makanan mempunyai kecenderungan terus meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Makanan merupakan salah satu kebutuhan dasar pokok manusia yang harus terpenuhi, permintaan atas kebutuhan pangan terus meningkat yang berpengaruh pada peningkatan permintaan penawaran makanan. Konsumen sangat memahami dan sadar akan persoalan kualitas makanan. Kualitas makanan adalah salah satu komponen yang paling penting dari pengalaman makan (Namkung dan Jang, 2007) (Sulek dan Hensley, 2004). Menurut Peri (2006), kualitas makanan adalah elemen penting yang harus disediakan restoran untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Dalam dua studi restoran makanan cepat saji (Pettijohn et al., 1997) dan restoran Tiongkok (Qu, 1997), kualitas makanan menduduki peringkat satu sebagai salah satu faktor yang paling penting dari keputusan pelanggan untuk kembali. Studi Mattila (2001) juga membenarkan bahwa kualitas makanan adalah alasan yang paling penting bagi responden untuk berlangganan di restoran kausal. Kualitas makanan dapat diukur sejauh mana produk makanan yang dihasilkan dapat memuaskan para pelanggannya.

Kualitas makanan yang baik pasti memberikan sejumlah manfaat nilai tersendiri bagi para konsumen. Para pembisnis kuliner harus menjadikan produk makanan yang mempunyai cita rasa yang enak dan mempunyai keunikan yang inovatif tersendiri supaya bisa menembus dalam pasar makanan. Makanan yang enak dapat menarik para konsumen untuk terus datang kembali ke restoran dan para konsumen cenderung menjadi pelanggan yang setia.

Makanan yang unik dapat berbentuk dalam penyajian, pelayanan, inovatif rasa atau resep makanan yang dapat menarik perhatian para konsumen. Makanan yang dapat menarik perhatian konsumen yang terlihat unik, maka para pembisnis kuliner harus mengolah aneka produk pangan dengan pemapilan, tekstur, bentuk, aroma, warna dan cita rasa yang memikat.

Swastha dan Irawan (1993) mengemukakan bahwa harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk apabila mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan produk dan pelayanannya. Harga juga merupakan salah satu faktor yang penting dalam menentukan tempat makan atau restoran yang dipilih dan juga harga merupakan unsur yang mempengaruhi jalannya kegiatan-kegiatan yang ada berfungsi untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif bagi rumah makan atau restoran.

Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang

semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam iklim Persaingan yang ketat seperti ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Agar lebih kompetitif di pasar, perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya. Promosi yang dilakukan secara tepat dapat menimbulkan minat beli seorang konsumen terhadap suatu produk tertentu.

Menurut Kotler (2010) promosi penjualan adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut William j Stanton (2010) promosi merupakan periklanan, penjualan personal dan lain-lain cara penjualan tujuan promosi penjualan menurut Kotler (2010) adalah untuk menarik konsumen agar mau mencoba produk baru, memancing konsumen agar meninggalkan produk pesaing, atau untuk membuat konsumen meninggalkan produk yang sudah matang, atau menahan atau member penghargaan pada konsumen yang loyal.

Pemilihan lokasi merupakan nilai investasi yang paling mahal, sebab lokasi merupakan penentu dimana bisnis dapat berkembang atau tidak dan ramai atau tidaknya pengunjung. Lokasi merupakan faktor yang paling penting dalam mencapai sebuah keberhasilan dalam bisnis makanan, yaitu antara lain: *good visibility* (dapat dilihat dengan jelas),

*easyaccess*(jalan masuk yang mudah), *convenience*(kenyamanan), *crubsideappeal* (tepi jalan yang menarik), *parking* (parkir).

Di Kota Surakarta banyak pelaku bisnis makanan menawarkan berbagai variasi menu yang menarik perhatian minat beli para pelanggan, salah satunya adalah Wedangan, Wedangan adalah sebuah warung makan atau minum yang memakai gerobak atau dipikul. Kota Surakarta itu identik dengan wedangan mulai dari wedangan kaki lima (HIK) sampai wedangan modern. Tidak sedikit pula masyarakat asli Surakarta atau diluar Surakarta suka akan keberadaan wedangan yang memiliki cita rasa enak, sesuai dengan selera masyarakat Surakarta dan di luar Surakarta, harga yang sangat cocok untuk berbagai kalangan dan tempat yang nyaman untuk nongkrong, mengobrol, kumpul dengan keluarga atau teman-teman. Kebanyakan wedangan di surakarta ini bernuansa modern seperti *caffe* tetapi dalam segi makanan dan minuman seperti ada diwedangan pada umumnya dan sedikit berinovasi pada menu-menu yang lainnya. Wedangan di Kota Surakarta banyak yang menggunakan fasilitas pendukung seperti wifi, tv, games, tidak jarang juga wedangan-wedangan ini mengadakan event-event saat ada acara tertentu seperti nobar (nonton bareng) sepak bola, moto gp agar para pelanggan lebih nyaman berada di wedangan tersebut. Di tengah persaingan yang semakin ketat di antara pelaku bisnis sejenis ini memungkinkan adanya perjuangan yang keras dalam mempertahankan keberadaannya dari sekian banyak usaha kuliner di Indonesia pada umumnya serta di Kota Surakarta pada khususnya.

Dengan meningkatkan kepuasan konsumen, akan sangat berpengaruh terhadap intensitas pembelian konsumen di masa yang akan datang.

Dari apa yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh yang ditimbulkan *marketingmix* terhadap loyalitas pelanggan pada wedangan di Surakarta dengan judul penelitian: ‘ANALISIS PENGARUH KUALITAS MAKANAN, PENETAPAN HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA WEDANGAN DI SURAKARTA)’

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh antara kualitas makanan terhadap loyalitas konsumen pada Wedangan di Kota Surakarta.
2. Bagaimana pengaruh antara harga terhadap loyalitas konsumen pada Wedangan di Kota Surakarta.
3. Bagaimana pengaruh antara promosi terhadap loyalitas konsumen pada Wedangan di Kota Surakarta.
4. Bagaimana pengaruh antara lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Wedangan di Kota Surakarta.

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas konsumen pada Wedangan di Kota Surakarta.
- b. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada Wedangan di Kota Surakarta.
- c. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen pada Wedangan di Kota Surakarta.
- d. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Wedangan di Kota Surakarta.

#### 2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai berkaitan dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai wacana tambahan dan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya.
2. Memberikan sumbangsih terhadap perkembangan ilmu ekonomi dibidang pemasaran khususnya tentang pengaruh *marketing mix* terhadap loyalitas pelanggan.
3. Bagi penulis, menjadikan tambahan informasi, pengalaman dan wawasan baru yang berharga untuk mendirikan wedangan kedepannya. Sebagai sarana latihan dalam pengaplikasian ilmu yang diperoleh selama kuliah.

4. Sebagai informasi untuk dapat memberikan masukan kepada pihak pengusaha Wedangan di Kota Surakarta dalam membuat kebijakan dan mengembangkan usahanya.

#### **D. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penyusunan skripsi dijelaskan untuk memberikan gambaran secara umum tentang permasalahan yang akan dibahas dalam karya ilmiah yang ditulis sehingga memudahkan pemahaman dalam menganalisa masalah-masalah yang diteliti. Adapun sistematika penulisan skripsi ini meliputi:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi uraian mengenai tinjauan teori yang melandasi penelitian, kerangka pemikiran. Penelitian terdahulu, dan hipotesis.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel, serta metode analisis data yang digunakan.



#### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang karakteristik responden, deskriptif data, analisis data dan pembahasan.

#### BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.