

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring berkembangnya zaman dan dengan adanya kemajuan teknologi yang pesat pada saat ini mengakibatkan semakin ketatnya tingkat persaingan antar para pebisnis terutama yang bergerak pada bidang kuliner sehingga menyebabkan seseorang untuk berlomba-lomba untuk mendapatkan peluang yang ada pada saat ini, terutama bagi perusahaan yang mempertahankan pangsa pasar bisnisnya. Dalam kegiatan berbisnis salah satu cara untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan atau pebisnis yaitu dengan mengeluarkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan keinginan konsumen, memiliki harga terjangkau serta menggunakan promosi yang menarik.

Kunci utama perusahaan agar dapat memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. Untuk mencapai hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan produk dan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing, apabila hal ini dapat tercapai maka konsumen akan puas dan lebih jauh lagi akan membawa kepada loyalitas konsumen.

Salah satu bisnis di bidang kuliner yaitu warung makan prasmanan yang menyediakan menu ayam penyet dan ayam kremes. Ayam penyet

merupakan salah satu olahan ayam goreng yang disukai oleh pecinta pedas. Asin gurihnya ayam goreng dipenyet dengan ulegan sambal yang pedas berhasil menggugah selera makan semua kalangan. Ayam penyet juga menjadi salah satu makanan populer di Indonesia salah satunya warung makan Jepun ini.

Menurut Kotler (2002) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001) dimensi kualitas pelayanan dibagi menjadi lima yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Kualitas pelayanan menurut Wyckof adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atau konsumen (Lieber, 2017). Keberadaan suatu produk sangat penting artinya bagi para pemilik bisnis atau perusahaan. Hasil penjualan yang besar akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan ataupun pemilik bisnis, oleh karena itu pemilik bisnis berusaha untuk menciptakan produk yang berkualitas sehingga konsumen tertarik untuk memutuskan membeli produk tersebut. Pelayanan yang diberikan warung makan Jepun UMS kepada konsumen sangat ramah serta menerima dengan baik komplain apabila terjadi suatu hal yang masih kurang atau salah sebagai koreksi kedepan agar lebih baik lagi. Dengan pelayanan yang ramah serta terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam di benak

konsumen. Pelayanan yang ramah dan memuaskan akan mendorong konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian.

Kualitas produk yakni pandangan konsumen di dalam merasakan dan menilai produk yang diterima dengan pengharapan daya saing, mempertahankan dan juga berkembangnya produsen obat yang begitu banyak kompetitor untuk bisa mempersembahkan produk yang berkualitas yang dapat memenuhi minat dan kebutuhan pelanggannya (Nafsi dkk., 2020). Untuk bisa bersaing ditengah banyaknya kompetitor ada berbagai cara untuk mempengaruhi perilaku konsumen dalam konsep kualitas produk yaitu bisa berhubungan dengan fisik, kadar produk, desain produk, dll. Citarasa dari berbagai menu yang disediakan di warung makan Jepun juga tidak kalah dengan rumah makan lain walaupun harganya murah. Bumbu dari setiap masakannya amat sangat legit, meresap kedalamnya. Hal tersebut juga merupakan salah satu daya tarik atau bisa dikatakan dari ciri khas jepun terutama pada sambelnya. Sehingga membuat orang-orang ingin kembali untuk menikmati sajian menu di sana ataupun sekedar bernostalgia.

Harga yaitu semacam manfaat dari nilai yang akan ditukar dengan produk atau jasa yang dibeli dan akan digunakan (Keller, 2017). Harga sebuah produk akan menggambarkan nilai dari produk itu sendiri dimana ada kualitas dan juga pengaruh *brand image* yang sudah melekat pada produk tersebut. Harga yang ditawarkan warung makan Jepun UMS sangat terjangkau dan memiliki cita rasa yang enak dan mampu bersaing dengan para pebisnis kuliner ayam penyet lain. Harga pada menu di warung makan

Jepun bervariasi mulai dari dada, sayap, paha dan lele dijual dengan harga Rp.10.000, kepala dan ati Rp.7000, telur Rp.5000 dan masih banyak lagi menu lainnya. Buka hanya itu saja disana juga menyediakan pilihan paket agar mempermudah konsumen untuk memilih menu makanan. Penetapan harga yang dilakukan perusahaan ataupun pemilik bisnis harus sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan dan diminati konsumen berarti harga tersebut sudah tepat, maka akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut.

Loyalitas pelanggan juga sangat penting bagi pelaku usaha untuk menjaga usaha kelangsungan bisnisnya dalam proses jangka panjang yaitu selalu membuat pelanggan nyaman. Menurut Kotler dalam Sundari (2018) loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang menyebabkan pelanggan beralih. Loyalitas pelanggan dapat tercipta dari adanya rasa puas yang diterima oleh pelanggan pada warung makan Jepun. Apabila pelanggan puas mereka tidak segan untuk kembali lagi untuk makan di warung tersebut.

Research Gap dalam penelitian Suryoko (2015) meneliti tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, sedangkan penelitian ini mencoba menambah variabel kualitas produk. Jadi jelas penelitian sekarang menambah variabel yaitu harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan

berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan Warung Jepun disebabkan karena banyak produk dan sering mengadakan promo serta adanya *event* dan Warung Jepun telah memiliki beberapa cabang di wilayah Jawa Tengah.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk menganalisis penelitian tentang **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warung Jepun UMS Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut.

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung makan Jepun UMS ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung makan Jepun UMS ?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung makan Jepun UMS ?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan warung makan Jepun UMS ?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan warung makan Jepun UMS ?

6. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan warung makan Jepun UMS ?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan warung makan Jepun UMS ?
8. Apakah ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada warung makan Jepun UMS ?
9. Apakah ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada warung makan Jepun UMS ?
10. Apakah ada pengaruh signifikan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada warung makan Jepun UMS ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis dan membahas adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warung makan Jepun UMS.
2. Untuk menganalisis dan membahas adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan warung makan Jepun UMS.

3. Untuk menganalisis dan membahas adanya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan warung makan Jepun UMS.
4. Untuk menganalisis dan membahas adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan warung makan Jepun UMS.
5. Untuk menganalisis dan membahas adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan warung makan Jepun UMS.
6. Untuk menganalisis dan membahas adanya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan warung makan Jepun UMS.
7. Untuk menganalisis dan membahas adanya pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan warung makan Jepun UMS.
8. Untuk menganalisis dan membahas adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada warung makan Jepun UMS.
9. Untuk menganalisis dan membahas adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada warung makan Jepun UMS.

10. Untuk menganalisis dan membahas adanya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada warung makan Jepun UMS.

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

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan penulis, khususnya ilmu pemasaran tentang keputusan pembelian ulang konsumen melalui pengolahan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau kajian bagi penelitian berikutnya sehingga mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

#### **E. Sistematika Penulisan**

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**

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan tentang landasan teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian, penelitian terdahulu dan teori-teori relevan lainnya yang mendukung penelitian ini.

## BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel serta metode analisis data.

## BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dari penelitian yang berisi gambaran umum objek dan penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

## BAB V PENUTUP

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang kesimpulan yang di dapat dari sebuah penelitian, keterbatasan penelitian dan saran sesuai dengan hasil analisa data yang dilakukan.