

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Dewasa ini persaingan antar perusahaan satu dengan yang lainnya semakin ketat seiring dengan semakin banyaknya produk sejenis yang ditawarkan ke pasar. Persaingan tersebut akan membawa dampak pada kehidupan perusahaan itu sendiri, semakin ketat persaingan dalam industri, maka semakin leluasa konsumen untuk mengadakan pemilihan terhadap produk tersebut. Salah satu bidang bisnis yang terus mengalami pertumbuhan cukup signifikan adalah bisnis dalam bidang makanan. Pertumbuhan bisnis makanan ini dapat dilihat dari adanya puluhan tempat-tempat makan (restoran) yang terus bertambah. Meningkatnya pendirian restoran di berbagai tempat merupakan hasil dari permintaan pasar yang memang meningkat juga, terutama di kota-kota besar, seperti salah satunya adalah di Kudus

Menurut Potter dan Hotchkiss (2017:7) food quality atau kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Dengan demikian, kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran

Kualitas pelayanan menjadi peran penting dalam mencapai kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang

dinyatakan secara tersirat Kotler (2017:49). Kualitas pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian dalam memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Loyalitas konsumen tidak saja hanya ditentukan oleh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen saja, tetapi juga ditentukan oleh citra perusahaan. Untuk mencapai suatu loyalitas maka dibutuhkan citra perusahaan yang kuat. Menurut Kotler dan Keller (2017:274) citra merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Maka membangun citra sangat penting karena citra dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan publik. Apabila tingkat pelayanan, kepuasan konsumen, dan citra sebuah perusahaan cukup baik dimata konsumen, tidak jarang mereka berpindah ke perusahaan atau toko yang lainnya.

Persepsi Harga merupakan faktor selanjutnya yang dianggap mampu mempengaruhi Kepuasan Konsumen ulang (Kotler dan Amstron, 2016:439) menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Loyalitas konsumen memberikan profitabilitas bagi perusahaan karena konsumen yang loyal dapat menunjukkan sikap dan perilaku yang positif serta dapat memberikan rekomendasi yang positif sehingga dapat menjadi alat promosi bagi perusahaan tersebut (Tjahyadi, 2016:32). Agar tujuan perusahaan untuk meningkatkan hasil penjualan tercapai maka perusahaan harus mempunyai cara-cara atau metode-metode yang digunakan sebagai pedoman terutama dalam bidang pemasaran. Meningkatkan kepuasan konsumen atau mempertahankan loyalitas konsumen adalah

cara yang paling tepat dalam upaya meningkatkan penjualan. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti selama satu bulan ditemukan penurunan jumlah konsumen yang berbelanja pada Restoran Lavamong Kudus. Data penurunan konsumen ditampilkan pada tabel berikut :

**Tabel 1.1.**  
**Jumlah Konsumen Bulan November 2020 s/d Februari 2021**

No	Bulan	Jumlah Transaksi	Perkembangan
1	November	754	-
2	Desember	797	5,70%
3	Januari	647	-18,82%
4	Februari	561	-13,29%

Sumber :Restoran Lavamong Kudus, 2021.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas menunjukkan bahwa terjadi kontradiksi antara peneliti satu dengan lainnya, dimana loyalitas konsumen dipengaruhi oleh beberapa variabel diantara kualitas makanan, kualitas pelayanan, persepsi harga. Untuk itu dalam penelitian ini akan menguji kembali dengan mengacu pada penelitian terdahulu yang hasilnya masih terjadi riset gap.

*Reserach gap* dalam penelitian ini Andreas Tanuel Adinugraha & Stefanus Michael (2018) dalam penelitiannya menyatakan kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan Iskandar Ahmaddien Endah Widati (2019) yang menyatakan kualitas makanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen

Ida Ayu Komang, Sri Suastin, Kastawan Mandala (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berbeda dengan Siti Maimunah yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen.

Ilham Akbar Solichin, Sri Kantun, Bambang Suyadi (2017) penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Iskandar Ahmaddien Endah Widati (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik meneliti dengan judul mengambil judul **Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Studi Kasus pada Restoran Lavamong Kudus**

## 1.2. Ruang Lingkup

- a. Variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada Restoran Lavamong Kudus dengan kualitas makanan, kualitas pelayanan dan persepsi harga.
- b. Variabel endogen penelitian ini adalah loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen.
- c. Obyek penelitian pada Restoran Lavamong Kudus.

## 1.3. Perumusan Masalah

Loyalitas konsumen diartikan sebagai kesetiaan yang timbul tanpa adanya paksaan, timbul dari kesadaran sendiri. Namun ketika konsumen merasa tidak loyal, yang diindikasikan dengan kecenderungan berpindah ke restoran lainnya. Ketidakloyalan konsumen biasanya dipicu dari beberapa alasan misalnya penataan tempat yang masih kurang rapi, kualitas makanan serta persepsi harga yang belum sesuai, sehingga

konsumen merasa kurang puas. Dari hasil observasi, peneliti menyimpulkan terdapat penurunan jumlah transaksi penjualan pada bulan Januari dan Februari masing-masing turun 18,82%, dan 13,29% (lihat tabel 1).

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen?
- c. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen?
- d. Bagaimana pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas konsumen?
- e. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen?
- f. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen?
- g. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen
- b. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- c. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen.
- d. Menganalisis pengaruh kualitas maanan terhadap loyalitas konsumen
- e. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
- f. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen.
- g. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, sebagai wahana latihan pengembangan kemampuan dan penerapan teori yang diperoleh dalam perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini mampu memberikan kontribusi pada Restoran Lavamong Kudus dalam meningkatkan loyalitas konsumen, sehingga usaha dapat memuaskan konsumen dengan cara mempertahankan kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan persepsi harga.

