

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya (Rinova and Meilani 2018). Kabupaten Kudus adalah sebuah Kabupaten yang berada di Wilayah Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Kudus sangat terkenal sebagai salah satu tujuan wisata religi. Kabupaten Kudus dikenal sebagai salah satu tujuan wisata religi. Namun selain sebagai tempat wisata religi kabupaten Kudus juga terkenal dengan beberapa kuliner khasnya yang bervariasi. Keanekaragaman budaya menyebabkan kombinasi jenis makanan tradisional khas Kudus. Makanan khas Kudus memiliki ciri makanan yang gurih dan manis.

Salah satu usaha yang merasakan ketatnya persaingan perusahaan saat ini adalah bisnis kuliner, yang dewasa ini merupakan suatu bisnis yang menjanjikan khususnya di Kota Kudus. Bisnis Kuliner terus tumbuh dan berkembang dari yang menawarkan menu tambahan yang berbeda-beda. Dilihat dari gaya hidup masyarakat yang kini senang bertatap muka, bersantai, dan berbincang tak sekedar sebagai area makan, banyak masyarakat yang menjadikan Pusat Kuliner sebagai tempat untuk berkumpul. Sudah menjadi suatu kebutuhan masyarakat untuk bersosialisasi dan mereka membutuhkan sarana untuk mewujudkan keinginan mereka.

Perkembangan bisnis Kuliner di Kota Kudus meningkat secara signifikan seiring dengan pola hidup masyarakat yang membuat bisnis kuliner kian menjanjikan. Hal ini membuktikan bahwa mengkonsumsi makanan bagi masyarakat saat tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan primer, melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan tersier yaitu sebuah gaya hidup. Kondisi persaingan yang ketat membuat pelanggan sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap usaha dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan pelanggan.

Apabila kita mencermati pertumbuhan bisnis rumah makan di Kota Kudus, sungguh sangat signifikan kenaikan jumlahnya, begitu banyak orang membuka investasi rumah makan. Berbagai variasi menu yang ditawarkan, aneka ragam interior desain yang ditampilkan, hal ini yang sangat membanggakan perkembangan bisnis ini, yang mana salah satunya adalah Pusat Kuliner Taman Bojana Kudus. Taman Bojana adalah *Fast food* yang berada di area Jl Jendral Sudirman Kudus Central Java. Jam buka pada 8:00 - 18:00 yang beroperasi di Kabupaten Kudus. Rumah makan ini memiliki banyak makanan karena makanannya enak dan ramai. Nama nama kulinernya diantaranya Pindang Soto Pak Sulichan, Nasi/Lontong Tahu Pak Has`ad, Opor Ayam Pak Bambang, Soto/Pindang Bu Marni, Soto Pindang Pak Rame, Nasi Goreng Cak Min, Ayam Goreng Mas Yoyok, Soto Pindang Mbak Mar, Soto Pindang Bu Ramidjan, dan Soto Pindang Pak Ramidjan, Gudeg Kudus Bu Noor In, Soto Pindang Bu Nik, Gasasa, dan Mie Bangka.

Masalah para pengelola rumah makan diantaranya mempertahankan keaslian rasa masakan dengan menggunakan juru masak yang berkompeten. Standar menu masakan atau kunci resep masakan juga hal yang perlu diperhatikan agar kualitas rasa

tetap terjaga. Dalam penelitian ini yang dilakukan bersumber wawancara prasurvey kepada 34 responden pada Kuliner Bojana Kudus diketahui beberapa keluhan yang diberikan, dirangkum dalam tabel berikut ini.

Tabel 1.1
Keluhan Pelanggan terkait Kualitas Makanan pada Kuliner Bojana
Kudus Periode Januari-Juli 2024

No	Keterangan	Jumlah Keluhan			
		Ya	%	Tidak	%
1	Kesegaran (<i>freshness</i>)	8	23,5	26	76,5
2	<i>Presentation</i> (tampilan)	7	20,6	27	79,4
3	<i>Taste</i> (rasa)	6	17,7	28	82,4
4	<i>Innovativ food</i> (inovasi makanan)	13	38,2	21	61,8

Sumber : Prasurvey, Data Sekunder yang diolah, 2024.

Bersumber tabel di atas diketahui bahwa terdapat beberapa keluhan yang dirasakan pelanggan terkait kualitas makanan, jumlah keluhan tertinggi mengenai inovasi makanan yaitu tindakan inovasi atau mengembangkan makanan seperti menambah rasa, dan membuat bentuk unik dipersepsikan kurang oleh pelanggan.

Citra (*image*) merupakan petunjuk yang digunakan oleh pelanggan untuk mengevaluasi produk ketika tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang suatu produk. Terdapat kecenderungan bahwa pelanggan akan memilih produk yang telah dikenal baik melalui berbagai sumber. *Image* (citra) menurut Ginting (2019:99) mendefinisikan merek adalah suatu nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari padanya untuk menandai produk atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari pesaing. Tjiptono (2017:49) menyatakan berpendapat bahwa pengertian merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Penelitian

ini yang dilakukan pada Pusat Kuliner Taman Boja Kudus terdapat masalah terkait *image* (citra) yaitu terlihat dari ulasan maupun peringkat bintang yang diberikan pelanggan memperlihatkan bahwa Kuliner Taman Bojana belum mampu menduduki peringkat atas, berikut peneliti rangkum dalam dalam tabel 2 yang menyajikan tabel jumlah ulasan serta peringkat bintang dibandingkan dengan pusat kuliner lainnya di Kabupaten Kudus.

Tabel 1.2
Image (Citra) Bersumber Ulasan dan Peringkat (Rate)

No	Nama Kuliner	Alamat	Rate
1	Pusat Lentog Tanjung	Jl. Kudus Purwodadi Tanjung	4,6 ★★★★★
2	Pusat Kuliner Bojana	Jl Simpang Tujuh	4,4 ★★★★★
3	Pusat Kuliner Pasar Kliwon	Jl Jendral Sudirman	4,1 ★★★★★
4	Pusat Kuliner Menara	Perempatan Sucen	4,2 ★★★★★

Sumber : maps google, data sekunder yang diolah, 2024.

Bersumber tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar pelanggan kuliner di Kabupaten Kudus lebih memiliki minat berkunjung pada pesaing yakni Pusat Lentog Tanjung Kudus dengan keduduukan di peringkat pertama dengan rate 4.6, sedangkan Pusat Kuliner Taman Bojana menduduki pada peringkat kedua dengan perolehan rate 4,4. Hal ini memperlihatkan bahwa pihak manajemen untuk lebih mengkaji dalam meningkatkan citra (*image*) pada Pusat Kuliner Taman Bojana Kudus.

Suasana pusat kuliner (*store atmosphere*) merupakan salah satu hal penting dalam sebuah bauran eceran yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan sebuah keputusan pembelian. Store atmosphere dengan dekorasi yang unik dan kreatif menjadi daya tarik tersendiri yang membuat pelanggan memutuskan untuk mengunjungi sebuah restoran. Adrian (2020:52) menyatakan bahwa sebuah identitas suatu toko dapat menjadi alat komunikasi kepada pelanggan dengan memberikan

dekorasi toko atau secara lebih luas yaitu dengan atmosphere. Walaupun store atmosphere tidak mengkomunikasikan sebuah kualitas produk secara langsung, namun *store atmosphere* memberikan komunikasi secara diam-diam dan akan memberikan kelas sosial dari produk yang dihasilkannya sebagai daya tarik pelanggan. Beberapa permasalahan terkait *store atmosphere* pada Pusat Kuliner Taman Bojana Kudus adalah bersumber kotak saran dan kritik yang dikelola pada Kuliner Bojana Kudus diketahui beberapa keluhan mengenai store atmosfer, dirangkum dalam tabel berikut ini.

Tabel 1.3
Keluhan Pelanggan terkait Store Atmosfere
pada Kuliner Bojana Kudus Periode Januari-April 2024

No	Keluhan	Keterangan
1	Pencahayaan	Pencahayaan masih kurang khususnya pada bagian tangga menuju lantai atas
2	Tata Letak	Tata letak kuliner (makanan) masih berkumpul dalam satu area, kurang merata
3	Sirkulasi Udara	Perlunya penambahan kipas angin pada bagian atas lorong dari pihak pengelola
4	Suhu	Kurang stabil
5	Fasililitas	Perlu penambahan serta kebersihan toilet

Sumber : Prasurvey, Data Sekunder yang diolah, 2024.

Bersumber tabel di atas merupakan beberapa permasalahan (fenomena) terkait *store atmosfer* yang dipersepsikan oleh pelanggan Pusat Kuliner Taman Bojana Kudus antara lain masih kurangnya pencahayaan pada bagian tangga menuju lantai atas, tata letak kuliner masih berkumpul dalam satu area, kurang stabilnya suhu dan sirulasi udara, fasilitas terkait keberadaan jumlah toilet perlu ditambah dan kebersihan juga perlu diperbaiki.

Kepuasan pelanggan merupakan sebagai perasaan suka/tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan prestasi produk tersebut dengan

harapannya (Kotler, 2018:63). Pelanggan yang puas merupakan pelanggan yang puas merupakan pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain (Swastha & Irawan, 2018:63). Bersumber observasi yang dilakukan oleh peneliti selama satu bulan pada 14 Penjual Kuliner di Taman Bojana Kudus ditemukan penurunan jumlah pelanggan yang melakukan pembelian Pusat Kuliner Taman Bojana Kudus. Data penurunan pelanggan ditampilkan pada tabel terdapat pada tabel berikut :

Tabel 1.4
Perkembangan Pelanggan Bulan Januari s/d Juli 2024

No	Bulan	Pelanggan	Perkembangan
1	Januari	759	-
2	Februari	797	5,01%
3	Maret	657	-17,56%
4	April	571	-13,08%
5	Mei	603	5,60%
6	Juni	592	-1,82
7	Juli	533	-9,96

Sumber : Pusat Kuliner Taman Bojana Kudus, 2024.

Penelitian ini juga didasari adanya *Reserach gap* yakni perbedaan hasil dengan penelitian terdahulu antara lain Gunardi & Erdiansyah (2019) yang menyatakan bahwa *image* (citra) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sanjaya and Hastoko 2022) yang menyatakan *image* (citra) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dirangkum, terdapat perbedaan temuan antara berbagai studi mengenai pengaruh image, kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan atmosfer kuliner terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Majid et

al. (2018): Menyatakan bahwa image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Syaidah (2024): Menyimpulkan bahwa image tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adinugraha & Michael (2019): Menemukan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Permatasari & Wahyuningsih (2020): Mengemukakan bahwa kualitas makanan tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Majid et al. (2018): Menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Prakoso (2024): Menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Rinova & Meilani (2018): Menyatakan bahwa atmosfer kuliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Yularto (2019): Mengemukakan bahwa atmosfer kuliner memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nurani Hikmat (2024): Menyatakan bahwa atmosfer kuliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Jorong (2024): Menemukan bahwa atmosfer kuliner berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari perbedaan hasil temuan ini, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Makanan, Image, dan Atmosfer Kuliner terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus pada Kuliner Taman Bojana Kudus."

1.2. Ruang Lingkup

Penelitian ini menggunakan variabel endogen loyalitas pelanggan, Variabel eksogen kualitas makanan, *image*, atmosfer toko dalam penelitian ini adalah dilihat

dari atmosfer kuliner. Variabel intervening kepuasan pelanggan. Obyek penelitian pada Kuliner Taman Bojana Kudus beberapa di antaranya yang paling terkenal adalah Pindang Soto Pak Sulichan, Opor Ayam Pak Bambang, Soto Pindang Bu Marni dan Soto Pindang Pak Ramidjan. Waktu penelitian adalah 2 bulan setelah proposal disetujui. Jumlah responden sebanyak 130 responden.

1.3. Perumusan Masalah

Beberapa masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Loyalitas yang menurun diindikasikan dari penurunan data pelanggan kuliner taman Bojana Kudus (Tabel 4)
- 2) Kepuasan pelanggan yang kurang terindikasi beberapa keluhan pelanggan (tabel 1 dan 3).
- 3) Terdapat keluhan makanan kualitas makanan mengenai inovasi makanan seperti menambah rasa dan keunikan dipersepsikan kurang oleh pelanggan (Tabel 1)
- 4) *Image* (citra) diindikasikan dari ulasan dan peringkat rate dimana Kuliner Bojana berada di peringkat ke 2 setelah pusat Lentog Tanjung Kudus (tabel 2)
- 5) *Store Atmosphere* terindikasi dari kurangnya pencahayaan, tata letak berkumpul pada satu area, sirkulasi kurang, perlu penambahan serta kebersihan toilet.

Berdasar rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh *image* terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana pengaruh atmosfer kuliner terhadap kepuasan pelanggan?

4. Bagaimana pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan?
5. Bagaimana pengaruh *image* terhadap loyalitas pelanggan?
6. Bagaimana pengaruh atmosfer kuliner terhadap loyalitas pelanggan?
7. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Menganalisis pengaruh *image* terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menganalisis pengaruh atmosfer kuliner terhadap kepuasan pelanggan.
4. Menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan
5. Menganalisis pengaruh *image* terhadap loyalitas pelanggan.
6. Menganalisis pengaruh atmosfer kuliner terhadap loyalitas pelanggan.
7. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah bahan kajian bagi kesempurnaan penelitian yang akan datang mengenai pengaruh kualitas makanan, *image*, atmosfer kuliner terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini mampu memberikan kontribusi pada Kuliner Bojana Kudus dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga usaha dapat memuaskan pelanggan dengan cara mempertahankan kualitas makanan, *image*, dan atmosfer kuliner.