

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Rumah makan atau restoran merupakan istilah untuk menyebut usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat serta menyediakan tempat guna menikmati hidangan dan juga menetapkan tarif atau biaya tertentu untuk makanan dan pelayanan (Worotikan *et al.*, 2021). Meski pada umumnya rumah makan menyajikan ditempat, tetapi ada juga beberapa yang menyediakan layanan *take-out dining* dan *delivery service* sebagai salah satu bentuk pelayanan kepada masyarakat. Rumah makan biasanya memiliki spesialis dalam jenis makanan yang dihidangkan (Mulyana, 2019).

Bisnis yang berkembang pesat saat ini adalah bisnis rumah makan, hal ini disebabkan karena makan merupakan hal yang dasar dalam hidup, maka dari itu bisnis rumah makan adalah bisnis yang akan tetap diperlukan dimasyarakat. Bertambahnya penduduk, semakin ramai kota-kota besar sekarang ini merupakan peluang tersendiri bagi bisnis rumah makan atau restoran (Nyarmiati *et al.*, 2021).

Pengusaha yang mulai bermunculan dalam bisnis kuliner pada akhirnya berdampak semakin ketat persaingan. Persaingan yang sangat ketat antar pengusaha kuliner menyebabkan semakin banyak pilihan bagi konsumen sehingga menyebabkan kecendrungan konsumen untuk berubah-ubah (Elvina & Lestari, 2022). Keadaan seperti ini akan menyebabkan suatu fenomena persaingan bisnis yang ketat, baik itu dari faktor kualitas makanan dan kualitas pelayanan. Hal penting yang harus dipahami oleh pengusaha bisnis kuliner bahwa setiap konsumen memiliki perilaku yang berbeda sehingga belum tentu semua faktor

tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Ishmael & Dei, 2018).

Rumah makan yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Kudus salah satunya adalah rumah makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus. Masyarakat lokal maupun wisatawan yang berkunjung ke Kudus selalu datang untuk menikmati menu di rumah makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus. Rumah makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus menawarkan harga yang cukup terjangkau dan sesuai dengan kualitas makanan, menyediakan berbagai variasi makanan yang sesuai dengan selera konsumen, seperti seafood bakar dan makanan rumahan lain. Selain itu lokasi rumah makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus sangat mendukung dan strategis, terletak dipinggir jalan yang ramai dilewati orang.

Observasi awal peneliti tanggal 13 Juli 2023 menunjukkan bahwa rumah makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus memiliki banyak konsumen, tidak hanya dari kalangan masyarakat lokal Kudus namun dari luar kota juga memiliki banyak konsumen. Namun dalam 3 tahun terakhir terdapat penurunan konsumen yang cukup signifikan, hal tersebut karena banyaknya pesaing dalam bisnis kuliner sejenis. Terlihat dari data pelanggan tahun 2021-2023 terjadi penurunan konsumen seperti dilihat dari tabel berikut.

Tabel 1.1
Data Pelanggan Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus Periode
Tahun 2021-2023

No	Tahun	Jumlah Pelanggan Rata-Rata Per Hari	Jumlah Pelanggan Rata-Rata Pertahun	Persentase Penurunan Pelanggan
1	2021	75	27.000	-
2	2022	70	26.000	23,70%
3	2023	67	25.300	23,10%
Jumlah		212	78.000	

Sumber: Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus 2024.

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pelanggan rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus selalu mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Seperti terlihat pada tahun 2021 jumlah pelanggan rata-rata pertahun sebanyak 27.000, pada tahun 2022 jumlah pelanggan rata-rata pertahun turun menjadi 26.000 (23,70%), kemudian pada tahun 2023 terjadi penurunan jumlah pelangggan rata-rata pertahun sebanyak 25.300 (23,10%).

Persaingan dalam dunia bisnis memerlukan suatu produk yang berbeda satu sama lain ataupun produk yang sama tetapi memiliki keunggulan yang berbeda. Sebuah produk suatu perusahaan haruslah memiliki keunggulan yang berbeda. Produk yang mempunyai keunggulan yang lebih tentu akan memiliki daya tarik bagi para konsumen/pelanggan untuk mengonsumsi. Jika produk tersebut adalah sebuah makanan tentu kualitas rasa menjadi daya tarik utama dari makanan tersebut (Giawa & Hendriati, 2022).

Setiap pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner dituntut untuk selalu memiliki kreativitas dalam pengolaan tempat bisnis. Untuk tetap dapat bersaing di industri kuliner, selain harus memiliki kreativitas pelaku usaha harus dapat menimbulkan minat beli ulang konsumen karena jika konsumen hanya tertarik sekali saja untuk membeli maka keberlangsungan suatu bisnis juga dapat terancam. Minat beli ulang merupakan suatu kegiatan seorang pelanggan saat melakukan pembelian pertama kali dan mempunyai sikap positif, sehingga akan melakukan pembelian secara berulang pada masa mendatang (Worotikan *et al.*, 2021).

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat beli ulang adalah kualitas makanan. Kualitas makanan merupakan karakteristik yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan pada kebutuhan konsumen yang diimplikasikan (Mulyana, 2019). Rumah makan perlu mempertimbangkan kualitas makanan yang disajikan karena minat beli ulang tercipta akibat kualitas makanan/produk yang dirasakan sesuai dengan keinginan pelanggan (Nyarmiati *et al.*, 2021).

Selain kualitas makanan, kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat memengaruhi minat beli ulang. Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus (Elvina & Lestari, 2022). Rumah makan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen puas dan berminat membeli ulang produk tersebut.

Nilai pelanggan juga dapat memengaruhi minat beli ulang. Nilai pelanggan adalah selisih antara manfaat yang diperoleh pelanggan dari suatu produk/jasa dengan upaya dan pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan dan menggunakan produk tersebut (Tran & Le, 2020). Suatu produk yang dibeli pelanggan dari rumah makan atau restoran semakin memuaskan jika pelanggan itu mendapatkan *value* yang tinggi terhadap produk tersebut.

Faktor selanjutnya yang dapat memengaruhi minat beli ulang adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan merupakan perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan (hasil atau *outcome*) yang dihubungkan dengan harapan (Mulyana, 2019). Oleh karena itu rumah makan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen dengan cara memberikan kepuasan melalui kinerja yang sesuai dengan kualitas produk/jasa yang ditawarkan.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* dari penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Worotikan *et al* (2021) yang menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Shamsudin *et al* (2020) yang menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan Restoran Bunga Raya Indah.

Penelitian yang dilakukan oleh Nyarmiati *et al* (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan Rumah Makan Pondok Bandeng Babe. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyana (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan Restoran Shao Kao Kertajaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Uzir *et al* (2021) yang menyatakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan Restoran Dato' Ismail. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Tran & Le (2020) yang menyatakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan Restoran Saigon Delight.

Penelitian yang dilakukan oleh Ishmael & Dei (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan Restoran di Universitas Cape Coast. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyana (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan Restoran Shao Kao Kertajaya. Hasil tersebut perlu dibuktikan dalam penelitian ini sehingga penelitian ini mendukung atau tidaknya dari penelitian terdahulu.

Berdasarkan fenomena latar belakang dan *research gap* yang telah dijelaskan diatas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap**

Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus).

1.2.Ruang Lingkup

Penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti secara garis besar membahas mengenai pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Objek pada penelitian ini yaitu Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus.
2. Variabel yang akan diteliti yaitu kualitas makanan, kualitas pelayanan, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan minat beli ulang.
3. Jumlah responden pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus yang belum diketahui secara pasti.
4. Sampel yang akan diteliti yaitu sebanyak 125 responden.
5. Waktu penelitian mulai tanggal 24 Februari sampai 10 Maret 2024.

1.3.Perumusan Masalah

Jumlah pelanggan rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus selalu mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Seperti terlihat pada tahun 2021 jumlah pelanggan rata-rata pertahun sebanyak 27.000, pada tahun 2022 jumlah pelanggan rata-rata pertahun turun menjadi 26.000 (23,70%), kemudian pada tahun 2023 terjadi penurunan jumlah pelanggan rata-rata pertahun sebanyak 25.300 (23,10%). Penurunan jumlah pelanggan rumah makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus dimungkinkan karena pelayanan yang

diberikan kurang maksimal seperti lamanya mengantri saat memesan makanan serta belum banyak memiliki ruang khusus makan untuk keluarga. Selain itu, rumah makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus hanya berfokus pada menu makanan seafood, sehingga pelanggan yang berkunjung tidak mempunyai pilihan menu yang lain. Berdasarkan rumusan masalah, pertanyaan penelitian yang diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas makanan berpengaruh terhadap minat beli ulang Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus?
2. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus?
3. Bagaimana nilai pelanggan berpengaruh terhadap minat beli ulang Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus?
4. Bagaimana kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus?
5. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus?
6. Bagaimana nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus?
7. Bagaimana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat beli ulang Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus?

1.4.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijabarkan diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap minat beli ulang Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus.
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus.
3. Menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap minat beli ulang Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus.
4. Menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus.
5. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus.
6. Menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus.
7. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus.

1.5.Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan guna memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, adapun manfaat dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan disiplin ilmu yang diteliti serta memperoleh gambaran mengenai kualitas makanan, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan

terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan rumah makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan minat beli ulang, sehingga memberikan masukan dan pertimbangan kepada pimpinan dan pihak manajemen Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran Kudus dalam meningkatkan penjualan.