

BAB I

PENDAHULUAN

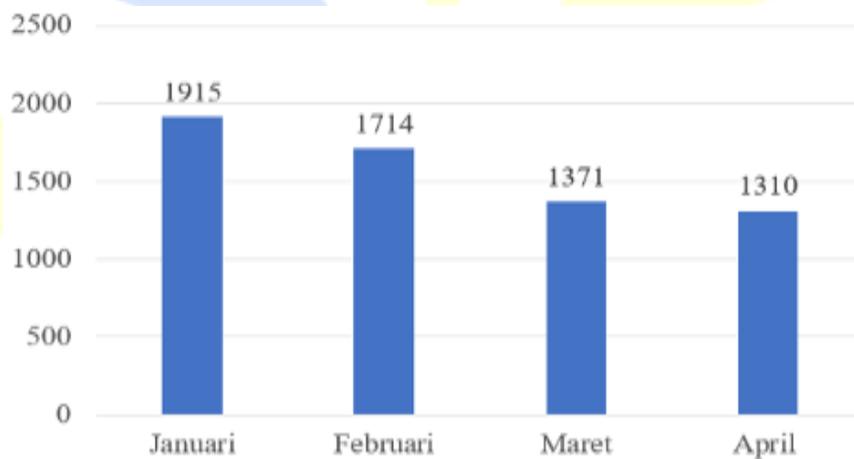
1.1. Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi yang pesat pada saat ini mengakibatkan semakin ketat tingkat persaingan antar para pebisnis terutama yang bergerak pada bidang kuliner (Hasibuan *et al.*, 2022). Kegiatan bisnis merupakan salah satu cara untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan atau usaha dengan mengeluarkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan keinginan konsumen, memiliki harga terjangkau serta menggunakan promosi yang menarik (Kusumaningtyas *et al.*, 2019).

Perkembangan dunia usaha dalam bidang kuliner berkembang sangat pesat dengan berbagai jenis produk yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan. Hal ini membuat konsumen mempunyai alternatif pilihan dalam menggunakan produk yang di tawarkan oleh produsen. Pelaku bisnis kuliner yang semakin berkembang menjadikan persaingan yang semakin ketat di industri kuliner untuk mendapatkan perhatian dan kepuasan konsumen (Soliha *et al.*, 2021).

Kunci utama suatu bisnis agar dapat memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Untuk mencapai hal tersebut dapat dilakukan dengan cara memberikan produk dan pelayanan yang lebih memuaskan dari yang dilakukan oleh pesaing, apabila hal tersebut dapat tercapai maka konsumen akan puas dan lebih jauh lagi akan membawa kepada loyalitas konsumen (Purba *et al.*, 2022).

Penelitian ini dilakukan di Restoran Super Penyet Kudus. Restoran Super Penyet Kudus merupakan restoran yang menyajikan salah satu olahan ayam goreng yang disukai oleh pecinta makanan pedas. Asin gurih ayam goreng dipenyet dengan ulegan sambal yang pedas berhasil menggugah selera makan semua kalangan. Ayam penyet juga menjadi salah satu makanan populer di kalangan masyarakat Kudus. Namun pada bulan Januari sampai April tahun 2023 terjadi trend penurunan jumlah pengunjung Restoran Super Peyet Kudus. Berikut merupakan data pengunjung Restoran Super Penyet Kudus dalam 4 bulan terakhir.



Sumber: Hasil observasi lapangan tanggal 15 Juli 2023

Gambar 1.1

**Jumlah Pengunjung Restoran Super Penyet Kudus Bulan Januari-April
Tahun 2023**

Hasil observasi lapangan tanggal 15 Juli 2023 menunjukkan bahwa terjadi trend penurunan jumlah pengunjung Restoran Super Penyet Kudus pada bulan Januari hingga April tahun 2023. Jumlah pengunjung yang menurun setiap bulannya disebabkan oleh konsumen yang belum terlalu puas terhadap produk

yang ditawarkan oleh Restoran Super Penyet Kudus sehingga loyalitas konsumen belum dapat terjadi.

Persaingan dalam dunia bisnis semakin hari semakin ketat, agar restoran tetap dapat bertahan akan keberlangsungan kegiatan usaha, maka pelaku usaha harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat (Sumiyati & Soliha, 2020). Perkembangan yang pesat pada industri kuliner (makanan) menuntut pengusaha kuliner untuk bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen untuk singgah dan menikmati makanan yang disajikan. Pengusaha kuliner dalam menjalankan usaha perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen adalah suatu tindakan yang diambil secara langsung oleh konsumen dengan cara memberikan keputusan yang bersifat sama dalam jangka waktu yang panjang (Kusumaningtyas *et al.*, 2019).

Faktor yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen adalah variasi produk. Jenis produk yang beragam memudahkan seorang konsumen membeli suatu produk sesuai dengan keinginan mereka. Variasi produk merupakan daya pikat bagi konsumen, terutama untuk membagikan preferensi alternatif yang lebih beragam (Hasibuan *et al.*, 2022). Berikut merupakan variasi produk Super Penyet Kudus dan pesaing tahun 2023.

Tabel 1.1
Variasi Produk Super Penyet Kudus dan Pesaing Tahun 2023

No	Geprek Sa'i Kudus	Super Penyet Kudus
1	Sayap Geprek	Super Sayap Ayam Hot Pol
2	Paha Bawah Geprek	Super Paha Bawah Ayam Kremes
3	Dada Geprek	Super Dada Ayam Penyet
4	Geprek Tanpa Tulang	Super Ayam Utuh Sambal Ijo
5	Tahu Crispy	Super Paha Atas Ayam Sambal Korek
6	Terong Crispy	Super Dada Ayam Sambal Mangga
7	Lele Crispy	
8	Jamur Crispy	

Sumber: Super Penyet Kudus dan Pesaing tahun (2023)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa variasi produk Geprek Sa'i lebih beragam dibandingkan dengan variasi produk Restoran Super Penyet Kudus. Restoran Super Penyet Kudus diharapkan membuat variasi produk yang lebih beragam, tidak hanya berfokus pada menu makanan ayam, sehingga konsumen yang berkunjung mempunyai beragam pilihan. Preferensi pilihan yang lebih beragam diperuntukkan untuk konsumen agar bisa membawa kegembiraan serta membuat kepuasan yang berdampak pada loyalitas konsumen.

Persepsi harga juga menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen. Persepsi merupakan suatu proses seseorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan dan menterjemahkan stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh (Syah *et al.*, 2022). Persepsi harga menyangkut bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan dibuat bermakna oleh mereka. Berikut merupakan harga produk Super Penyet Kudus dan pesaing tahun 2023.

Tabel 1.2

Harga Produk Super Penyet Kudus dan Pesaing Tahun 2023

No	Geprek Sa'i Kudus		Super Penyet Kudus	
	Produk	Harga	Produk	Harga
1	Sayap Geprek	10.000	Super Sayap Ayam Hot Pol	14.000
2	Paha Bawah Geprek	11.000	Super Paha Bawah Ayam Kremes	15.000
3	Dada Geprek	13.000	Super Dada Ayam Penyet	15.500
4	Geprek Tanpa Tulang	13.000	Super Ayam Utuh Sambal Ijo	70.000
5	Tahu Crispy	6.000	Super Paha Atas Ayam Sambal Korek	15.500
6	Terong Crispy	7.000	Super Dada Ayam Sambal Mangga	16.000
7	Lele Crispy	7.000		
8	Jamur Crispy	7.000		

Sumber: Super Penyet Kudus dan Pesaing tahun (2023)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa harga produk Geprek Sa'i Kudus jauh lebih murah dibandingkan dengan harga produk Restoran Super Penyet Kudus. Restoran Super Penyet Kudus perlu memperhatikan persepsi harga terhadap setiap produk, dengan adanya persepsi harga yang murah maka konsumen akan berfikir bahwa restoran tersebut menyediakan menu dengan kualitas produk yang baik dengan harga yang murah. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara kualitas produk dengan harga yang mereka bayarkan (Sumiyati & Soliha, 2020).

Faktor selanjutnya yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen adalah lokasi. Ketika lokasi yang dituju konsumen jauh dari tempat tinggal, maka konsumen lebih memilih tempat yang dekat untuk mengganti tujuan utama

mereka. Lokasi menjadi salah satu penentu konsumen datang ke restoran untuk menikmati makanan yang dibeli (Purba *et al.*, 2022).

Hasil observasi lapangan tanggal 15 Juli 2023 menunjukkan bahwa lokasi Restoran Super Penyet Kudus cukup strategis, nyaman dan bersih. Namun tempat parkir yang tersedia kurang luas, apabila Restoran Super Penyet Kudus ramai konsumen perlu mengantri untuk mendapatkan tempat parkir. Selain itu, tidak ada kotak saran kepada pengelola membuat konsumen tidak bisa menyampaikan keluhan atau masukan kepada restoran. Restoran Super Penyet Kudus perlu memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen, sehingga hal tersebut dapat membuat konsumen untuk datang kembali (Solihah *et al.*, 2021). Penentuan lokasi yang strategis, aman dan nyaman akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kepuasan konsumen juga dapat memengaruhi loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen merupakan sebuah perasaan senang seseorang yang telah muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Wardhani *et al.*, 2022). Pengunjung Restoran Super Penyet Kudus berfluktuatif setiap bulan disebabkan oleh konsumen yang belum puas terhadap produk dan harga yang ditawarkan. Variasi produk yang kurang beragam dan harga yang terlalu mahal membuat konsumen lebih memilih produk pesaing sejenis. Restoran Super Penyet Kudus perlu memperhatikan kepuasan konsumen, karena konsumen yang puas cenderung akan membeli kembali dan tetap loyal terhadap produk tersebut (Razak & Nayan, 2020).

Riset gap yang melatarbelakangi penelitian ini yaitu adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu, dimana variabel variasi produk, hasil penelitian Hasibuan *et al* (2022) menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan hasil penelitian Ong *et al* (2022) menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Pada variabel persepsi harga, hasil penelitian Wardhani *et al* (2022) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan hasil penelitian Syah *et al* (2022) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Pada variabel lokasi, hasil penelitian Purba *et al* (2022) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan hasil penelitian Kusumaningtyas *et al* (2019) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Pada variabel kepuasan konsumen, hasil penelitian Hasibuan *et al* (2022) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan hasil penelitian Syah *et al* (2022) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil tersebut perlu dibuktikan dalam penelitian ini sehingga penelitian ini mendukung atau tidaknya dari penelitian terdahulu.

Berdasarkan uraian masalah dan hasil penelitian terdahulu yang telah penulis uraikan, maka penulis tertarik mengambil judul **“Pengaruh Variasi Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Super Penyet Kudus)”**.

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup permasalahan pada penulisan penelitian ini, yaitu:

1. Objek dalam penelitian ini yaitu Restoran Super Penyet Kudus.
2. Variabel eksogen yaitu variasi produk, persepsi harga dan lokasi serta variabel endogen yaitu loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.
3. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Restoran Super Penyet Kudus yang belum diketahui jumlahnya secara pasti.
4. Sampel yang akan diteliti yaitu sebanyak 130 responden.
5. Waktu penelitian mulai tanggal 15 Maret sampai 3 April 2024.

1.3. Perumusan Masalah

Penurunan jumlah pengunjung Restoran Super Penyet Kudus pada bulan Januari-April tahun 2023 disebabkan oleh konsumen yang belum terlalu puas terhadap produk yang ditawarkan oleh Restoran Super Penyet Kudus sehingga loyalitas konsumen belum dapat terjadi. Variasi produk pesaing lebih beragam dibandingkan dengan variasi produk Restoran Super Penyet Kudus. Selain itu, harga produk pesaing lebih kompetitif dibandingkan dengan harga produk Restoran Super Penyet Kudus. Lokasi Restoran Super Penyet Kudus cukup

strategis, nyaman dan bersih. Namun tempat parkir yang tersedia kurang luas, apabila Restoran Super Penyet Kudus ramai konsumen perlu mengantri untuk mendapatkan tempat parkir. Selain itu, tidak ada kotak saran kepada pengelola membuat konsumen tidak bisa menyampaikan keluhan atau masukan kepada restoran.

Variasi produk yang kurang beragam dan harga yang dianggap kurang kompetitif membuat konsumen belum puas dan lebih memilih produk pesaing. Oleh karena itu, pengelola perlu memberikan variasi produk dengan harga yang sesuai dengan kualitas. Agar dapat bertahan ditengah persaingan yang begitu ketat, Restoran Super Penyet Kudus perlu menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Super Penyet Kudus?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Super Penyet Kudus?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Super Penyet Kudus?
4. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Super Penyet Kudus?
5. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Super Penyet Kudus?

6. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Super Penyet Kudus?
7. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Super Penyet Kudus?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah memperoleh data dan informasi yang tepat untuk menganalisis data. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh variasi produk terhadap loyalitas konsumen Super Penyet Kudus.
2. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen Super Penyet Kudus.
3. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen Super Penyet Kudus.
4. Menganalisis pengaruh variasi produk terhadap kepuasan konsumen Super Penyet Kudus.
5. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Super Penyet Kudus.
6. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Super Penyet Kudus.
7. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Super Penyet Kudus.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang pengaruh variasi produk, persepsi harga, lokasi, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, sehingga dapat memberikan masukan dan pertimbangan kepada pimpinan dan pihak manajemen Restoran Super Penyet Kudus dalam meningkatkan penjualan.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan disiplin ilmu yang diteliti serta memperoleh gambaran mengenai variasi produk, persepsi harga, lokasi, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut serta menjadi referensi terhadap penelitian yang sejenis.