

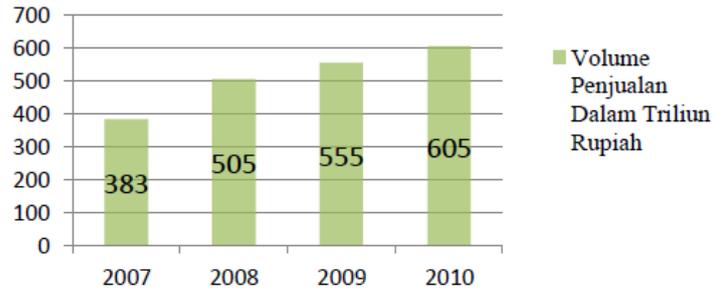
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Keberlangsungan hidup manusia bergantung pada berbagai kebutuhan. Kebutuhan – kebutuhan itu menunjang kehidupan manusia baik secara fisik maupun secara psikis. Salah satu kebutuhan yang bersifat fisik dan wajib untuk dipenuhi adalah kebutuhan makan. Manusia harus makan untuk bertahan hidup dan menjalani segala aktifitasnya. **Kotler (2009)** mengungkapkan teori hirarki kebutuhan Maslow yang menjabarkan lima tahapan kebutuhan manusia, yaitu basic needs, safety needs, social needs, self-esteem needs, dan self actualization needs.

Pada umumnya, manusia akan melalui basic needs terlebih dahulu sebelum memasuki tahap kebutuhan selanjutnya, dimana salah satu kebutuhan yang masuk dalam tahapan basic needs, ialah kebutuhan akan makanan. Berdasarkan fakta yang tertera diatas, banyak perusahaan – perusahaan yang berusaha memenuhi kebutuhan pangan manusia. Data yang diambil dari GAPMMI menunjukkan perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia.



Gambar 1
Volume Penjualan Industri Makanan & Minuman dari Tahun ke Tahun
Sumber: Outlook Industry Makanan Minuman 2011: Tantangan Kenaikan Harga Bahan Baku Pangan & Peningkatan Daya, 2011, para.3

Dengan perkembangan yang terus meningkat dari tahun ke tahun, para pelaku bisnis industri makanan dan minuman semakin berlomba – lomba untuk memenuhi kebutuhan primer tersebut. Hal tersebut semakin bertambah kepentingannya dengan munculnya fenomena yang terjadi pada beberapa tahun terakhir didalam dunia bisnis, khususnya dalam bidang penjualan dan pemasaran, yaitu bertambahnya aspek pencapaian suatu perusahaan dalam mentargetkan tujuan akhir perusahaan tersebut, yakni kesejahteraan (**Lovelock, 2004**). **Lovelock (2004)** juga menambahkan bahwa pada masa lalu, perusahaan dinilai sukses apabila berhasil melakukan closing kepada banyak buyer. Angka nominal menjadi tolak ukur kejayaan suatu perusahaan.

Namun saat ini, perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan penjualannya saja. Muncul aspek pencapaian baru yang harus sangat dipertimbangkan, yaitu pembangunan hubungan pasca penjualan antar seller dan buyer. Artinya, perusahaan tidak berhenti untuk melayani pelanggan disaat closing terjadi, namun perlu memberikan pelayanan yang optimal supaya memungkinkan terjadinya repeat buying dan juga membuat pelanggan menjadi loyal terhadap produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan. Para pelaku bisnis saling berkompetisi untuk memberikan produk dan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan untuk

menciptakan customer satisfaction. Kepuasan pelanggan ini dapat dilihat dari berbagai perspektif, salah satunya adalah kualitas layanan jasa yang diberikan dari perusahaan kepada pelanggan. Kualitas layanan diterapkan pada setiap bisnis yang memiliki aspek pelayanan ke pelanggan dan secara langsung berhadapan dengan pelanggan.

Alma (2007) mengatakan bahwa apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali. Sebaliknya, bila penilaian pelanggan akan pelayanan lebih rendah daripada harapan, maka pelanggan akan kecewa dan akan menghentikan hubungannya dengan perusahaan jasa yang bersangkutan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasi yang dilakukan perusahaan, dan keberhasilan proses operasi perusahaan ditentukan oleh banyak faktor, antara lain faktor karyawan, sistem, teknologi dan keterlibatan konsumen dalam mencapai loyalitas konsumen.

Untuk mencapai loyalitas konsumen tidak hanya kualitas pelayanan saja yang dibutuhkan, harus juga didukung kualitas produk yang baik. Banyak penelitian empiris yang telah dilakukan untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang turut mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Menurut **Hardiwan** dan **Mahdi (2005)** kualitas produk yang baik akan menciptakan, mempertahankan kepuasan serta menjadikan konsumen yang loyal. **Diputra (2007)** membuktikan bahwa jika perusahaan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan konsumen merasa mendapatkan kepuasan maka akan tercipta loyalitas konsumen, dan sebaliknya.

Tidak akan pernah habis kata untuk mendeskripsikan kekayaan yang dimiliki kota Bandung. Banyak sekali yang dapat dinikmati dari kota Bandung, salah satunya adalah ragam kuliner Bandung. Kuliner di Bandung ikut meramaikan keunikan yang dimiliki oleh tanah Pasundan ini. Tak salah rasanya jika Bandung dijuluki sebagai surganya kuliner. Di kota ini beragam suguhan kuliner yang tersaji, mulai dari kuliner tradisional sampai dengan kuliner modern.

Menurut data dari *www.infobdg.com*, Kota Bandung memiliki 14 restoran yang khusus menyajikan menu masakan steak, dapat dilihat pada **Tabel I** di bawah ini:

Tabel I
Restoran Steak di Kota Bandung Tahun 2011

No.	Nama Restoran
1.	Abuba Steak
2.	Daisy's Steak & Grill
3.	Moo Steak
4.	Obonk Steak & Ribs
5.	Steik Batu Grill and Coffee Bar
6.	Pasadena Steak
7.	Suis Butcher Steak House
8.	Long Horn Steak
9.	Cikawao Steak
10.	Double Steak
11.	Karnivor
12.	Glosis Grill & Bar
13.	Happy Cow Steak
14.	Waroeng Steak & Shake

Sumber: www.infobdg.com

Sesuai dengan data **Tabel I** di atas terlihat jelas restoran yang menyediakan menu steak adalah sebanyak 14 restoran. Salah satunya Restoran Karnivor yang berada di Jalan Riau No.127. Restoran Karnivor merupakan restoran spesialis *barbeque* dan *steakhouse* yang berdiri sejak tahun 2011. Restoran ini menyajikan banyak variasi menu steak dengan citarasa yang khas yang tidak ditemukan di tempat steak lainnya dan memadukan gaya penyajian pelayanan yang modern, serta didukung oleh suasana yang alami terkesan natural seperti

berada di hutan hujan tropis semua ini disuguhkan untuk mendukung kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya.

Restoran Karnivor merupakan salah satu dari 10 tempat makan yang berada di sepanjang Jalan Riau, dengan menu andalan Monster Steak dengan harga yang sangat murah dibandingkan dengan tempat makan steak lain yang ada di sepanjang Jalan Riau. Restoran Karnivor selalu memberikan pelayanan yang baik, ramah, dan sigap kepada konsumennya, sehingga konsumen yang pernah datang dan makan di Restoran Karnivor merasa terpuaskan oleh pelayanan dari Restoran Karnivor. Tapi, dalam kenyataannya Restoran Karnivor kurang baik dalam memberikan kualitas pelayanannya kepada konsumen sehingga banyak yang terabaikan dan lama untuk dilayani. Oleh karena itu maka peneliti tertarik untuk mengambil tema penelitian: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA RESTORAN KARNIVOR BANDUNG)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan telaah singkat yang telah dikemukakan pada latar belakang penelitian di atas, dapat diambil beberapa pertanyaan sebagai berikut, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Restoran Karnivor?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Restoran Karnivor?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Restoran Karnivor.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Restoran Karnivor.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka dapat diharapkan memperoleh data dan informasi yang akurat sehingga dapat diperoleh kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan secara teoritis:

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat berguna dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan keilmuan, terutama ilmu manajemen pemasaran, dalam hal *kualitas pelayanan, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan*. Selain itu, sebagai pembanding maupun sebagai sumbangan pemikiran dan informasi bagi mereka yang tertarik untuk mengadakan penelitian di bidang yang sama.

2. Kegunaan praktis:

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberi gagasan pemikiran dan bahan masukan yang bermanfaat bagi Restoran Karnivor.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan, referensi dan sumber informasi tambahan.