

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan pokok manusia untuk bertahan hidup terdiri dari 3 yaitu sandang (pakaian), pangan (makanan), dan papan (tempat tinggal/rumah). Penulis tertarik untuk meneliti tentang salah satu kebutuhan pokok manusia yaitu pangan. Hal ini disebabkan karena saat ini kuliner yang ditawarkan begitu bervariasi dari jenis produk, harga, serta lokasi. Jumlah populasi manusia yang terus bertambah membuat tingkat kebutuhan manusia akan pangan juga ikut bertambah. Sebagai ibukota Jawa Barat, Bandung, saat ini dikenal sebagai salah satu kota besar yang sangat terkenal dengan keberagaman kuliner yang dapat memanjakan lidah bagi para warga Bandung termasuk wisatawan. Banyak wisatawan dari kota besar seperti Jakarta atau kota lainnya yang gemar menyantap kuliner yang berada dari kota Bandung, yang memang menawarkan banyak pilihan dimulai dari makanan tradisional maupun makanan serapan asal luar negeri. Hal ini direspon dengan baik oleh para pengusaha kuliner di Bandung dengan membuka berbagai macam restoran/rumah makan yang menyediakan banyak pilihan kuliner yang sesuai dengan selera konsumen masyarakat Bandung maupun wisatawan dari kota lain.

Begitu banyak aneka jajanan dan usaha kuliner yang tersebar di berbagai macam lokasi di Bandung. Ada rumah makan yang menyediakan kuliner bergaya sunda seperti RM Laksana dan RM Ampera, ada pula rumah makan yang menyediakan makanan khas oriental (*Chinese Food*) seperti Queen, Phoenix, dan Hotin. Selain itu

ada juga rumah makan yang menyediakan kuliner seperti mie bakso yang cukup terkenal seperti RM Panghegar, Mie Lian Hoa, Mie Naripan, Mie 123, Mie 127 dan Mie Rica Kejaksaan. Bagi yang menginginkan keberagaman kuliner sekaligus tempat nongkrong ada juga Hypersquare di Jl.Pasirkaliki dan juga pusat kuliner di Jl.Cibadak yang beroperasi mulai jam 5 sore tiap harinya.

Dalam memilih restoran, masyarakat tentu saja mempertimbangkan banyak hal, dimulai dari jenis makanan dan minuman yang tersedia, kenyamanan dan kebersihan, faktor kualitas produk, faktor harga, dan tentu saja kualitas pelayanan di restoran tersebut. Dalam hal ini, penulis ingin membahas mengenai faktor kualitas pelayanan yang dianggap sebagai salah satu faktor penting dalam pemilihan restoran.

Kesuksesan suatu usaha restoran sangat dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan yang diberikan restoran tersebut. Hal ini menjadi penting karena inti dari bisnis adalah penawaran campuran / *hybrid* (Kotler, 2009), yaitu: barang & jasa. Barang yang dimaksud dalam bidang restoran adalah makanan dan minuman yang ditawarkan, sedangkan jasa yang dimaksud adalah kualitas layanan yang diberikan. Maka, diperlukan manajemen & layanan yang baik agar restoran dapat mencapai kesuksesan.

Ada 5 dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Zeithmal (1996) dalam Ratih Hurriyati (2008:187), terdiri dari:

1. *Tangibles* (berwujud) adalah dimensi yang membahas penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.

2. *Empathy* (empati) adalah dimensi yang membahas kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
3. *Reliability* (keandalan) adalah dimensi yang membahas kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.
4. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah dimensi yang membahas kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
5. *Assurance* (kepastian) adalah dimensi yang membahas pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan bagi para pelanggan untuk tetap mengkonsumsi produk tersebut. Dalam penelitian ini, pelanggan yang puas akan kualitas pelayanan suatu restoran kemungkinan besar akan kembali lagi datang ke restoran tersebut sehingga tercipta suatu nilai yang disebut loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses bagi pengusaha restoran, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi dalam jangka panjang. Pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh atau berpindah ke restoran lain yang belum teruji baik dari kualitas pelayanan maupun kualitas produknya (makanan dan minuman).

Menurut Zeithaml dkk. (1996) tujuan akhir keberhasilan perusahaan menjalin *relationship* dengan pelanggannya adalah untuk membentuk loyalitas yang kuat, sedangkan indikator dari loyalitas yang kuat adalah :

1. *Say positive things*, adalah mengatakan hal yang positif tentang produk yang dikonsumsi.
2. *Recommend friend*, adalah merekomendasikan produk yang telah dikonsumsi kepada teman.
3. *Repurchase intention*, adalah pembelian ulang yang dilakukan terhadap produk yang telah dikonsumsi.

Membicarakan tentang kuliner di Bandung, salah satu jenis makanan favorit masyarakat Bandung adalah bakmie (mie). Begitu banyak modifikasi dari bakmie yang kita ketahui, seperti mie ayam, lomie, yamien, dan mie goreng. Ada beberapa restoran yang ternama dalam bidang bakmie yaitu Mie Naripan (Jl.Naripan), Mie Parahyangan, Mie Lian Hoa (Jl.Astana Anyar), Mie 61 (Jl.Kalipah Apo) dan juga Mie 123 (Jl.Emong). Mie 123 merupakan salah satu restoran yang menyediakan mie sebagai menu utama yang ditawarkan, disamping ada menu lain seperti bihun, nasi goreng, siomay, baso goreng. Penulis tertarik meneliti Mie 123 sebagai objek penelitian karena restoran ini ramai dikunjungi setiap waktu dan relevan dengan topik penelitian penulis tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Mie 123 sendiri berdiri sekitar 20 tahun yang lalu dan sudah mempunyai pelanggan tetap maupun pelanggan baru setiap harinya. Bahkan banyak pengunjung baru dari luar kota yang menelpon lebih dahulu, untuk mengetahui informasi yang lebih lanjut mengenai Mie 123 ini.

Oleh karena itu, penulis ingin menuangkannya dalam penelitian skripsi yang berjudul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN MIE 123 DI BANDUNG”**

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang ingin diteliti penulis adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen?
2. Seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis lewat penelitian ini meliputi:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penulis dengan pengetahuan baru dalam bidang usaha rumah makan dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
2. Bagi objek penelitian, penelitian ini dapat berguna sebagai masukan yang berharga dan mengembangkan kualitas layanan yang ada.
3. Bagi pihak-pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pustaka yang berguna, baik sebagai dasar pemikiran maupun bahan studi perbandingan dengan studi sejenis.