

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan adanya pertumbuhan perekonomian yang semakin membaik mendorong timbulnya laju persaingan di berbagai bidang bisnis dalam dunia usaha. Hal ini dapat kita lihat dengan semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan barang maupun jasa, yang menyebabkan persaingan dalam dunia usaha semakin ketat (Hapsari, 2008).

Salah satu industri di Kota Bandung yang saat ini sedang berkembang pesat adalah industri pangan, hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat akan pangan akan selalu menjadi salah satu kebutuhan utama yang harus terpenuhi. Dengan adanya hal tersebut perusahaan melihat hal ini sebagai prospek yang baik dalam berbisnis, sesuai dengan adanya permintaan dan penawaran. Jumlah populasi masyarakat di Kota Bandung yang terus bertambah membuat tingkat kebutuhan masyarakat akan pangan akan terus bertambah. Melihat prospek bisnis ini, perusahaan gencar untuk menciptakan bisnis pangan khususnya di bidang kuliner yang akan menunjukkan peluang usaha yang baik kedepannya. Dikarenakan adanya prospek usaha yang meningkat cukup pesat dibidang kuliner, perusahaan harus dapat memanfaatkan peluang usaha dengan sebaik-baiknya.(Sari,2011).

Usaha dibidang kuliner di Kota Bandung telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Kuliner tidak hanya sebatas pemenuhan kebutuhan primer bagi masyarakat, namun saat ini dunia kuliner telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat di Kota Bandung.

Kota Bandung pada saat ini merupakan salah satu kota yang selalu dikunjungi oleh warga negara lokal ataupun warga negara asing yang bertujuan untuk melakukan kegiatan bisnis atau sekedar mengunjungi tempat wisata, hal tersebut disadari oleh para pengusaha untuk memanfaatkan peluang tersebut dalam mengembangkan usaha di bidang kuliner dengan menciptakan restoran yang menawarkan kualitas pelayanan yang terbaik.

Saat ini perkembangan usaha kuliner khususnya restoran di Kota Bandung, dapat menciptakan persaingan usaha yang semakin kompetitif. Agar suatu restoran dapat bertahan, perusahaan dituntut untuk menciptakan kualitas pelayanan restoran yang terbaik dan lebih kreatif dalam menciptakan suatu terobosan terbaru melalui produk yang dihasilkan ataupun melalui fasilitas-fasilitas fisik terbaru yang belum pernah dipikirkan oleh pesaing.

Di tengah persaingan ini perusahaan juga harus mampu bersaing untuk merebut hati konsumen. Perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu tujuan akhir setiap perusahaan adalah menciptakan loyalitas pelanggan. Upaya dalam mempertahankan setiap pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal merupakan salah satu tantangan bagi setiap perusahaan, hal ini dikarenakan konsumen saat ini

semakin selektif dalam pemilihan produk yang akan dikonsumsi. Menciptakan loyalitas konsumen tidaklah hal yang mudah karena pada saat ini perubahan terjadi dengan cepat dalam setiap persepsi konsumen, oleh karena itu perusahaan harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik dan perusahaan harus menciptakan ide bisnis yang kreatif dengan melakukan inovasi sehingga dapat terus untuk mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke pesaing lainnya. (Sari, 2011).

Pada dasarnya, produk dan jasa pelayanan restoran sudah mulai dinikmati oleh pelanggan pada saat pelanggan datang dan masuk ke dalam restoran, cara menyambut tamu dengan ramah dan sopan santun, ketika pelanggan makan dan minum di restoran dan saat pelanggan menikmati fasilitas dan hiburan yang tersedia di dalam restoran tersebut. (Sari, 2011).

Kualitas pelayanan restoran merupakan salah satu pemikiran yang sering digunakan oleh konsumen dalam menilai kualitas restoran tersebut. Untuk mengukur kepuasan konsumen, setiap restoran dapat mengukur kualitas pelayanan restoran melalui 5 (lima) aspek/dimensi kualitas pelayanan, yang terdiri dari Fasilitas Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan/Kepastian (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*). Kelima kualitas pelayanan ini baik apabila diupayakan dan dijadikan alat ukur pada restoran yang ada di Kota Bandung. (Parasuraman *et al.*, 1988 dan Zaim *et al.*, 2010).

Kualitas pelayanan yang baik akan menunjang dalam pembentukan loyalitas pelanggan yang terwujud apabila konsumen melakukan ciri-ciri seperti mengatakan hal yang positif tentang produk yang telah dikonsumsi (*say positive things*), melakukan rekomendasi produk yang telah dikonsumsi kepada teman (*recommended friend*), dan melakukan pembelian berulang terhadap produk yang telah dikonsumsi (*continue purchasing*). (Zeithaml et. al. 1996).

Restoran akan dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif apabila restoran tersebut dapat memberikan pelayanan yang berkualitas melalui beberapa cara misalnya dengan mendesain sajian menu yang menarik dibandingkan pesaing, menciptakan atmosfer restoran yang dapat menjamin kenyamanan para pengunjung, menjaga kebersihan, memberikan cara penyajian makanan yang baik, menciptakan kesan yang ramah melalui pelayanan dari para karyawan, memperhatikan kebutuhan para pelanggan, memberikan fitur-fitur restoran yang menarik dengan bantuan teknologi sehingga berbeda dengan pesaing, dan mendesain interior ruangan secara menarik. Upaya-upaya tersebut dirancang agar konsumen memperoleh gambaran tentang penciptaan nilai dari perusahaan tersebut dibandingkan dengan pesaing, dengan kualitas pelayanan yang lebih baik dibandingkan para pesaing akan membangun loyalitas di dalam diri konsumen. (Sari, 2011)

Pada saat ini salah satu restoran yang sedang digemari oleh masyarakat di Kota Bandung adalah restoran yang menawarkan menu hidangan ala Korea dengan adanya inovasi teknologi dalam menawarkan ide bisnis yang kreatif kepada para konsumen. Demam budaya Korea ini dimanfaatkan oleh perusahaan

dikarenakan saat ini penetrasi budaya Korea meliputi gaya busana, drama, musik, hingga makanan sedang marak-maraknya bermunculan di Indonesia khususnya di Kota Bandung.

Salah satu restoran Korea yang saat ini banyak di bicarakan oleh setiap masyarakat di kota Bandung khususnya masyarakat remaja adalah restoran Korea Mujigae. Restoran Korea Mujigae merupakan salah satu restoran yang baru dibuka pada tanggal 10 April tahun 2013 di salah satu *mall* di Kota Bandung yaitu *Cihampelas Walk (Ciwalk)*, yang pada saat ini restoran Korea Mujigae telah sukses dan diterima oleh setiap masyarakat Kota Bandung. Menurut Alvin Arief selaku direktur Mujigae sekaligus pemilik restoran. Mujigae adalah restoran Korea yang menggunakan konsep “*Korea Experience*” dimana ketika konsumen mulai masuk ke dalam restoran konsumen akan melihat gambar hologram wanita korea yang seolah-olah menyambut setiap konsumen yang akan masuk ke dalam restoran. Di dalam restoran konsumen juga akan mendapatkan pelayanan dari para pegawai secara ramah dengan ala Korea, tidak hanya itu dengan adanya deretan menu-menu hidangan Korea, dan musik video K-pop (*Korean pop music*) dapat menjadi daya tarik setiap konsumen, selain itu juga konsumen dapat berfoto ala Korea dan konsumen dapat melihat dan merasakan suasana *Myeongdong* di dalam restoran tersebut.

Kata Mujigae sendiri berarti pelangi yang menjelaskan bahwa masakan dan makanan merupakan sebuah karya seni, di mana makanan bukan hanya berfungsi untuk mengenyangkan saja, tetapi juga, harus menarik mata sehingga setiap orang yang melihatnya ingin segera mencicipi.

Mujigae merupakan salah satu restoran yang menawarkan makanan korea yang memiliki keunggulan bersaing yang tidak dimiliki oleh pesaing restoran Korea lainnya, hal ini dikarenakan Mujigae menggunakan inovasi dalam meningkatkan kualitas pelayanannya kepada konsumen dengan menggunakan bantuan teknologi, salah satu contohnya adalah konsumen tidak perlu memanggil pegawai untuk memesan makanan karena di setiap meja sudah disediakan tablet yang membuat konsumen dapat melakukan pemesanan makanan dengan mudah tanpa perlu memanggil pegawai untuk melakukan pemesanan makanan. Dengan adanya konsep “*Digital Korean Restaurant*”, restoran Mujigae dapat memberikan fasilitas pelayanan lebih yang belum dimiliki oleh pesaing dalam bidang jasa restoran Korea, hal-hal inilah yang dapat membuat konsumen menjadi loyal terhadap restoran korea Mujigae karena dapat membuat para konsumennya terkesan dengan kualitas pelayanan yang di hantarkan oleh restoran Mujigae sehingga membuat konsumen ingin melakukan pembelian yang berulang dan mengajak kerabat untuk datang untuk mencoba kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh restoran Mujigae.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, menjadikan penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian sebagai bahan penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TERCIPTANYA LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN MUJIGAE DI KOTA BANDUNG”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *kualitas pelayanan* yang meliputi *Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness*, dan *Assurance* berpengaruh terhadap pembentukan *loyalitas pelanggan* pada restoran Korea Mujigae di Kota Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini sebagai syarat kelulusan di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh *kualitas pelayanan* yang meliputi *Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness*, dan *Assurance* terhadap pembentukan *loyalitas pelanggan* pada restoran Korea Mujigae di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan / Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi:

Restoran Korea Mujigae

- Sebagai masukan bagi Bapak Alvin Arief selaku direktur restoran Korea Mujigae sekaligus pemilik restoran Korea Mujigae untuk mengetahui sejauh mana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang

digunakan di restoran Korea Mujiae dalam pembentukan Loyalitas Pelanggan pada setiap persepsi mahasiswa atau mahasiswi di Universitas Kristen Maranatha yang pernah datang ke restoran Korea Mujigae.

Akademisi

- Penelitian ini dapat membantu para akademik untuk membandingkan teori yang sudah ada dengan hal-hal yang terjadi di lapangan secara langsung, dan juga penelitian ini berguna untuk mengkonfirmasi teori yang sudah ada, mengembangkan teori yang sudah ada, dan meruntuhkan teori lama untuk menggantinya dengan teori baru yang sesuai dengan fakta-fakta yang terjadi langsung di lapangan.

Peneliti

- Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan sebagai pelatihan dalam menerapkan serta mengaplikasikan ilmu di dalam dunia kerja.

Pembaca

- Sebagai bahan acuan dan bahan pustaka bagi mahasiswa maupun pihak-pihak lain yang ingin melakukan penelitian dengan obyek yang sama dimasa yang akan datang.
- Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi, dapat menambah informasi, dan menambah pengetahuan para pembaca mengenai kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas pelanggan.

1.5 Tempat dan Waktu Penelitian

- Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha yang pernah berkunjung ke restoran Korea Mujigae yang bertempat di *Cihampelas Walk, Young Street Bandung* dan *Festival City Link Mall, First Floor Bandung*.

- Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini akan dilakukan mulai bulan Oktober tahun 2014.

1.6 Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan secara keseluruhan, maka disajikan sistematika pembahasan yang terdiri dari 5 (lima) Bab, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama ini, berisi tentang penjelasan yang menguraikan mengenai latar belakang penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kontribusi penelitian, tempat dan waktu penelitian serta sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisikan tinjauan pustaka yang menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian dalam pembahasan masalah, kerangka teoritis, serta kerangka pemikiran yang mencakup keseluruhan inti pemikiran, penelitian terdahulu

dan perumusan hipotesa sebagai jawaban sementara dari suatu penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas rancangan penelitian, yang menjelaskan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, definisi operasional variabel, jenis data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang hasil dan pembahasan terhadap data yang telah digunakan untuk di analisa dalam mencapai tujuan, yang terdiri dari gambaran umum responden dan analisis profil responden, deskriptif item pertanyaan dan hasil analisa serta pembahasan yang berkaitan dengan masalah yang di bahas, dan implikasi terhadap manajemen.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab terakhir berisi kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil pembahasan dan analisa data dalam bab-bab sebelumnya, serta dikemukakan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian yang diharapkan dapat berguna untuk penelitian selanjutnya.