

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis makanan mulai berkembang pesat beberapa tahun belakangan ini. Bisnis ini menjamur dari bisnis makanan berskala kecil, berskala menengah sampai bisnis makanan yang berskala besar. Bisnis makanan yang berskala kecil, contohnya adalah warung-warung dan kafe tenda. Bisnis makanan berskala menengah, contohnya adalah depot, rumah makan, dan café. Sedangkan bisnis makanan yang berskala besar, contohnya adalah restoran – restoran di hotel berbintang (puslit.petra.ac.id/journals/perhotelan/).

Konsep pengembangan usaha restoran harus selalu mengikuti perkembangan pertumbuhan ekonomi masyarakat sebab kesuksesan bisnis usaha restoran sudah pasti berkaitan dengan pola hidup dan daya beli masyarakat. Artinya, ditentukan oleh pelayanan kepada para pelanggan. Menurut Yunus Ciptawilangga, sebagai Direktur Utama PT Duta Selera Pertiwi (DSP), ada tiga faktor yang harus diperhatikan dalam pengelolaan sebuah restoran. Tiga faktor yang menjadi kunci keberhasilan sebuah usaha restoran yakni, pangsa pasar, karakter pelanggan, dan daya beli masyarakat. Selain tiga faktor tersebut seorang pengusaha tidak boleh terlalu berorientasi kepada keuntungan saja, tetapi harus mendahulukan kepuasan pelanggannya. Sebab masyarakat atau pelanggan saat ini benar-benar selektif dalam memilih dan menentukan sebuah produk restoran. Sebagai contoh, dahulu pola pelanggan selalu berorientasi kepada harga yang murah, tetapi saat ini sudah lain. Para pelanggan akan membandingkan kualitas maupun

harga yang ditawarkan oleh sebuah restoran. Jadi, jika seorang pengusaha lengah terhadap pola pelanggan, tidak mustahil restoran senyaman apa pun akan ditinggalkan pelanggannya (Pikiran Rakyat, 10 Februari 2003).

Di Jakarta terdapat banyak tempat bisnis makanan, misalkan saja Kelapa Gading. Di kawasan *elite* ini terdapat aneka macam makanan. Hampir semua jenis makanan tersedia di kawasan ini. Kawasan ini disebut sebagai kawasan sejuta makanan (Koran Republika, 30 Mei 2004). Kita dapat menemukan jenis masakan tradisional sampai masakan internasional. Dari hasil observasi yang saya lakukan selain kawasan Kelapa Gading terdapat juga beberapa kawasan yang menjadi kawasan sejuta makanan. Misalkan saja di daerah Lippo Cikarang, daerah ini memiliki beberapa rukan yang berfungsi sebagai tempat bisnis. Kebanyakan dari bisnis yang didirikan di rukan-rukan tersebut berbentuk restoran. Salah satu restoran yang cukup terkenal di Lippo Cikarang adalah Restoran Bakmi Golek.

Restoran Bakmi Golek adalah suatu restoran yang memiliki konsep *family restaurant*. Restoran ini memiliki menu makanan dan minuman yang bervariasi. Restoran ini memberikan pelayanan yang cukup baik bagi para pelanggannya, diantaranya restoran ini memberikan *delivery service* bagi para pelanggannya. Restoran Bakmi Golek ini terus melakukan perbaikan dalam hal kualitas jasa. Karena kualitas jasa merupakan kunci untuk meningkatkan kemampuan organisasi untuk mempertahankan pelanggan yang selanjutnya mempengaruhi profitabilitas melalui faktor efisiensi biaya, peningkatan penjualan, harga premium, dan komunikasi *word- of -mouth communication* (gethok tular) positif. (Heskett, Sesser & Schlesinger, 1997; Reichheld & Sasser, 1990).

Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Loyalitas konsumen tercapai jika kebutuhan, keinginan ataupun harapan pelanggan dapat terpenuhi. Contoh, sebuah restoran yang memberikan kualitas layanan yang maksimal kepada pelanggannya, akan membuat pelanggan tersebut merasa nyaman dan senang berada di restoran tersebut. Karena persepsi yang terbentuk dalam pikiran pelanggan tersebut positif maka pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal kepada restoran tersebut. Dari uraian tersebut maka penulis, memilih judul “**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Bakmi Golek, Lippo Cikarang**”

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan bertitik tolak pada uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang penelitian, penulis merumuskan beberapa masalah penelitian, yaitu :

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas layanan Restoran Bakmi Golek?
2. Berapa besar pengaruh kualitas layanan pada Restoran Bakmi Golek terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, penulis menetapkan beberapa tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, yaitu :

1. Menganalisis praktik kualitas layanan pada Restoran Bakmi Golek.
2. Menguji besar pengaruh kualitas layanan pada Restoran Bakmi Golek terhadap loyalitas pelanggan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari tujuan penelitian di atas, penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang terkait, yaitu :

- a. Pengelola Restoran, sebagai bahan masukan bagi pengelola restoran untuk meningkatkan kualitas layanan kepada para konsumen.
- b. Pihak lain, sebagai informasi dan pengetahuan bagi pihak lain yang membutuhkan dan berkepentingan dengan penelitian ini dan hasilnya serta sebagai referensi yang dapat membantu untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Kotler (1996) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dari barang, yaitu : *intangibility*, *inseparability*, *variability*, *perishability* dan *lack of ownership*.

Kualitas menurut *The American Society of Quality Control* (Kotler & Armstrong, 2001 : 310) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan kualitas layanan (*service quality*), yang disingkat SERVQUAL, dinyatakan oleh Zeithaml (1996) sebagai “*A consumer’s judgement of the overall excellence or superiority of a service*”. Menurut Parasuraman, et al (1996), ciri – ciri kualitas layanan dapat dievaluasi ke dalam lima dimensi besar, yaitu : *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*.

Kualitas produk (baik barang maupun jasa) berkontribusi besar pada kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, komunikasi gethok tular, pembelian ulang, loyalitas pelanggan, pangsa pasar, dan profitabilitas (Fandy Tjiptono, 2004 : 258). Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, yang memenuhi tingkat kepentingan konsumen. Tingkat kepentingan konsumen terhadap jasa yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Setelah menikmati jasa tersebut, mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati ternyata berada jauh di bawah jasa yang mereka harapkan, para konsumen akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan, mereka akan cenderung memakai kembali produk jasa tersebut (Freddy Rangkuti, 2006 : 17-18). Pemakaian kembali produk jasa tersebut dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut loyal terhadap produk jasa tersebut.

Loyalitas merupakan gabungan antara proses intelektual dan emosional, antara pelanggan dan perusahaan. Oleh karena itu loyalitas tidak dapat dipaksakan, meskipun dapat diukur atau dikelola. Loyalitas pelanggan bersifat *elusive* (tidak dapat diukur) dan *intangible* (tidak dapat dikelola) (Freddy Rangkuti, 2006 : 3). Menurut Zeithaml et.al.(1996) tujuan akhir keberhasilan perusahaan menjalin hubungan relasi dengan pelanggannya adalah untuk membentuk loyalitas yang kuat. Indikator dari loyalitas yang kuat adalah : (1) *say positive things*, adalah mengatakan hal yang positif tentang produk yang telah dikonsumsi; (2) *recommend friend*, adalah merekomendasikan produk yang telah dikonsumsi kepada teman; (3) *continue purchasing*, adalah pembelian yang dilakukan secara terus menerus terhadap produk yang telah dikonsumsi.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Lippo Cikarang, Bekasi. Pengambilan sampel untuk penelitian dilakukan kepada konsumen Restoran Bakmi Golek Lippo Cikarang.

1.7 Sistematik Bahasan

Sistematik bahasan ini berisi kesimpulan isi dari setiap bab, dari bab I sampai dengan bab V. Di bawah ini adalah kesimpulan isi dari setiap bab;

Bab I. Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, lokasi penelitian serta sistematik penulisan.

Bab II. Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi tentang teori-teori mengenai kualitas layanan dan teori-teori mengenai loyalitas pelanggan. Selain dua hal tersebut, dalam bab ini juga berisi mengenai teori mengenai jasa, kualitas, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan.

Bab III. Objek dan Metode Penelitian

Pada bab ini berisi tentang objek dan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Pada objek penelitian akan dibahas mengenai latar belakang dan sejarah Restoran Bakmi Golek, produk yang ditawarkan serta struktur organisasi Restoran Bakmi Golek. Sedangkan pada metode penelitian akan dibahas metode yang akan digunakan, jenis dan sumber pengambilan data, teknik pengumpulan data, metode penentuan populasi, operasionalisasi variabel, dan teknik pengolahan data.

Bab IV. Hasil dan Pembahasan Masalah

Pada bab ini dikemukakan data yang diperoleh, analisis dan pembahasan masalah mengenai kualitas layanan Restoran Bakmi Golek dan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan Restoran Bakmi Golek terhadap loyalitas pelanggan.

Pembahasan masalah mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan di Restoran Bakmi Golek. Dalam pembahasan masalah akan dilihat juga pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Bab V. Kesimpulan dan Saran

Menguraikan kesimpulan hasil pembahasan dalam penelitian yang dilakukan penulis beserta saran-saran yang dapat menjadi masukan bagi kemajuan restoran yang didasarkan pada analisis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis.