

BAB 1

PENDAHULUAN

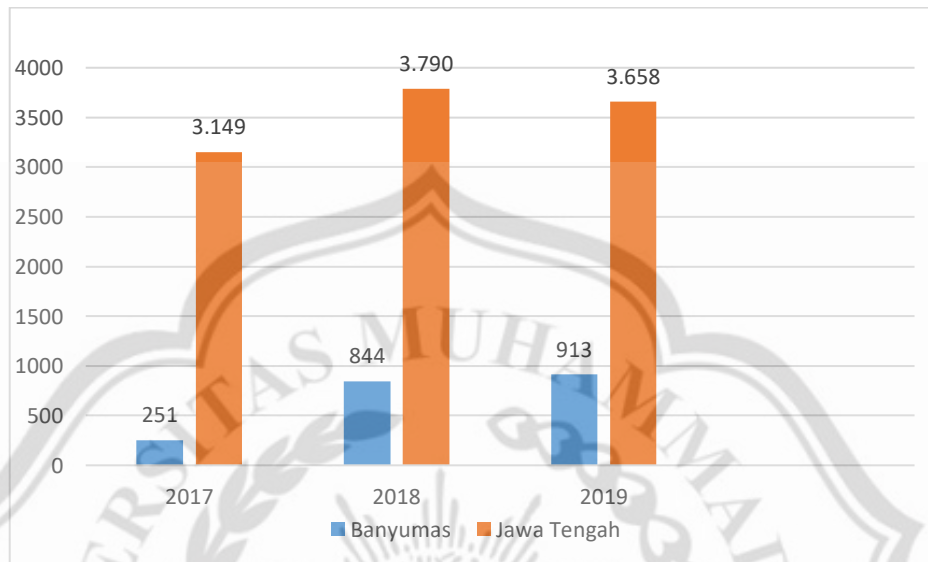
A. Latar Belakang Masalah

Semakin beraneka ragam pilihan tempat makan baik di kafe maupun restoran. Dan dengan pertumbuhan kafe maupun restoran yang cukup pesat membuat masyarakat semakin banyak pilihan kuliner untuk menikmati berbagai makanan. Bagi yang tidak mempunyai waktu luang untuk memasak sendiri setelah seharian bekerja ataupun berkuliah, maka mereka beralih untuk makan di luar tempat tinggalnya. Hal tersebut mendorong para pelaku usaha pengelolaan makanan berlomba-lomba untuk menciptakan beragam pilihan makanan dan tempat yang menarik untuk para pembeli dengan berbagai perbedaan seperti perbedaan rasa, perbedaan cara pelayanan, maupun perbedaan harga antara kafe atau restoran yang satu dengan yang lain (Bella, 2018).

Industri makanan maupun minuman pada saat ini merupakan sektor yang mempunyai kontribusi terbesar pertumbuhan ekonomi Indonesia, yaitu 7,72% pada triwulan I hingga triwulan III. Sebagai perbandingan pada triwulan III 2018 sebesar 8,10% dan mengalami kenaikan pada triwulan yang sama pada tahun 2019 sebesar 8,33 (Bangsa, 2019). Kontribusi tersebut menunjukkan bahwa usaha kuliner menunjukkan perkembangan cukup pesat, jumlah pertumbuhan usaha kafe maupun makanan pada tahun 2019 mengalami kenaikan cukup bagus untuk daerah provinsi Jawa Tengah hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1

Jumlah Rumah Makan 2017-2019



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Dengan adanya pertumbuhan kafe atau rumah makan yang cukup pesat tersebut menyebabkan bisnis kuliner memasuki fase persaingan yang semakin ketat. Agar bisnis dapat bertahan ditengah persaingan yang ketat dan bermunculannya pesaing baru adalah dengan menciptakan loyalitas pelanggan. Menurut Oliver (1997) dalam Mu'ah dan Masram (2014) mendefinisikan loyalitas pelanggan merupakan kedalaman komitmen yang dipegang teguh untuk melakukan pembelian berulang maupun berlangganan terhadap produk maupun jasa di masa mendatang.

Loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya lingkungan layanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan. Lingkungan layanan dengan loyalitas pelanggan memiliki kaitan sangat erat karena lingkungan layanan sangat mempengaruhi pelanggan. Penelitian yang dilakukan Juliana dan Noval

(2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variable lingkungan layanan dengan loyalitas pelanggan. Hal ini yang membuat pelanggan merasa tidak dirugikan ketika mempercayai suatu produk. Hal tersebut yang menarik persepsi pelanggan untuk memenuhi permintaan dan harapan yang kemudian dapat mempengaruhi proses pembelian dan menciptakan loyalitas pelanggan (Juliana 2020).

Yazid (2008) dalam Ransulangi, dkk (2015) mendefinisikan lingkungan layanan yaitu lingkungan yang di ciptakan, dibuat oleh manusia, lingkungan fisik jasa dan bentuk komunikasi berwujud yang lainnya. Penilaian terhadap interior desain, desain ekterior, simbol, tempat parkir, peralatan yang disediakan, denah layout hal itu semua merupakan pelayanan dari lingkungan fisik. Berdasarkan hasil pengamatan di Waroenk Ora Umum terdapat masih adanya permasalahan seperti belum adanya pembatas antar pembeli saat mengantri memesan makanan maupun minuman sesuai dengan protokol kesehatan, dan mengantri panjang saat sedang banyak konsumen yang membeli makanan maupun minuman.

Oleh karena itu, penting bagi Waroenk Ora Umum untuk memperhatikan permasalahan tersebut sehingga konsumen yang akan datang merasakan kepuasan pelayanan yang diberikan. Penelitian Putra, Fauzi dan Lubis, (2020) menyatakan bahwa lingkungan layanan (*servicescape*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Hal yang sama terjadi pada penelitian Tatangin, dkk, (2017) yang menunjukkan hasil lingkungan layanan (*servicescape*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi hasil penelitian berbeda dari Halim, Matondan dan Lubis, (2019) yang menyatakan

bahwa lingkungan layanan (*servicescape*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan penelitian yang sama terdapat hasil penelitian yang tidak berpengaruh signifikan yaitu lingkungan layanan (*servicescape*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut ditemukan *research gap* atau perbedaan hasil penelitian terdahulu tentang pengaruh lingkungan layanan (*servicescape*) terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam rangka menciptakan suatu loyalitas pelanggan, selain lingkungan layanan ada pula kualitas produk yang juga sangat penting dimiliki oleh resto maupun rumah makan karena apabila kualitas produk terpenuhi maka akan menghasilkan loyalitas pelanggan. Kualitas produk menurut Kotler dalam Putro, dkk, (2014) mendefinisikan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi segala keinginan maupun kebutuhan. Dalam penelitian yang dilakukan Wijayanti dan Prabudi (2020), penelitian Widiawara dan Sutopo, (2017) menyatakan terdapat pengaruh positif signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Tetapi hasil penelitian berbeda dari Kusumasti (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan, dengan penelitian yang sama terdapat hasil penelitian yang tidak berpengaruh signifikan yaitu kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut ditemukan *research gap* atau perbedaan hasil penelitian terdahulu tentang pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Selain lingkungan layanan dan kualitas produk, kepuasan pelanggan juga merupakan faktor yang penting dalam menciptakan suatu loyalitas pelanggan. Karena kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Dan apabila harapan mereka sesuai dengan hasil yang didapatkan dari pembelian produk maka konsumen akan disebut konsumen yang loyal terhadap produk tersebut. Menurut Moven dan Minor (2002) dalam Putri, Dkk (2018) mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen setelah memperoleh lalu menggunakan barang ataupun jasa.

Penelitian yang dilakukan Widiaswara dan Sutopo (2017), Atmaja, Sujana, dan Sujewa (2018), penelitian Wantara dan Tambirin (2019) menyatakan terdapat pengaruh signifikan dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Tetapi hasil penelitian berbeda dari Novia, Utami dan Nurbambang (2019), penelitian Haris dan Weisa (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan penelitian yang sama terdapat hasil penelitian yang tidak berpengaruh signifikan yaitu kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut ditemukan *research gap* atau perbedaan hasil penelitian terdahulu tentang pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Purwokerto merupakan kota dengan beragam bisnis kuliner ada berbagai macam bisnis kuliner yang ada di Purwokerto. Beberapa bisnis kuliner disekitaran Waroenk Ora Umum Purwokerto diantaranya yaitu Sambel Layah, SBC Spesial Cah Kangkung, Coffe Brake, Shoppu Atto Sushi, Society Coffe House dll. Dengan hadirnya berbagai macam bisnis kuliner tersebut menyebabkan perusahaan berada

dalam persaingan, masing-masing perusahaan saling berlomba-lomba untuk menarik minat beli konsumen diantaranya dengan cara memberikan lingkungan layanan yang berbeda dari pesaing bisnis kuliner dan menciptakan kualitas produk yang baik, sehingga dapat membuat konsumen tersebut menjadi puas yang pada akhirnya akan dapat menciptakan loyalitas konsumen, sehingga perusahaan bisnis kuliner dapat memenangkan persaingan bisnis.

Waroenk Ora Umum Purwokerto merupakan salah satu kafe yang cukup terkenal di Purwokerto berdiri ditahun 2016 dengan konsep unik dan menariknya, dengan mengusung tema yang unik seperti murah dan penataan ruangan seperti meja dan kursi yang disusun rapi dan dikemas menarik, sehingga membuat konsumen tertarik untuk berkunjung. Makna secara umum nama kata ora umum diambil dari bahasa Jawa Banyumasan yang memiliki arti “tidak biasa”, dengan konsep tersebut mempunyai tujuan untuk menyajikan menu makanan maupun minuman dengan cara yang tidak biasa, unik, dan khas. Dengan *tagline* “Waroenk Anti Mainstream” dipilih untuk menyesuaikan makna konsep tersebut (Billy, 2021).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widiawara dan Sutopo (2017), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Club di Semarang”. Peneliti menambah satu variabel yaitu *Servicescape* (Lingkungan Layanan yang diambil dari penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti dan Ariyanto (2018) dengan judul “Pengaruh *Servicescape* (Lingkungan Layanan)

terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel”. Dengan hasil penelitian menunjukan *Servicescape* (lingkungan layanan) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Lingkungan Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Waroenk Ora Umum Purwokerto)”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah lingkungan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah lingkungan layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Pelanggan?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah lingkungan layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang akan diteliti lebih terfokuskan pada tujuan penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Waroenk Ora Umum Purwokerto minimal 2 kali.
2. Variabel yang diteliti dibatasi pada variabel bebas Lingkungan Layanan dan Kualitas Produk sedangkan variabel terikatnya Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *intervening*.
3. Penelitian ini akan dilakukan bulan Januari tahun 2021.

D. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan penelitian yang dicapai dalam penelitian ini:

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan lingkungan layanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menganalisis pengaruh signifikan lingkungan layanan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
5. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

6. Untuk menganalisis pengaruh signifikan lingkungan layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
7. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan dampak dari sebuah pencapaiannya tujuan. Jika tujuan dapat tercapai dan rumusan masalah dapat dipecahkan secara tepat dan akurat, maka akan dicapai manfaatnya secara praktis maupun secara teoritis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a) Bagi Ilmu Manajemen Pemasaran

Dapat digunakan menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya jika akan melakukan penelitian, terutama untuk loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Waroenk Ora Umum Purwokerto

Sebagai masukan bagi Waroenk Ora Umum Purwokerto dalam pengambilan keputusan khususnya strategi membangun kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

b) Bagi Konsumen

Sebagai referensi dan wawasan tambahan keputusan bagi konsumen untuk menjadi sumber acuan dalam loyalitas pelanggan yang berkunjung ke Waroenk Ora Umum Purwokerto.

c) Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti yaitu dapat menambah wawasan tentang pengaruh lingkungan layanan, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini juga menjadi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S1.

