

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri makanan atau minuman atau yang lebih sering dikenal dengan kuliner semakin berkembang dengan cepat. Industri kuliner tahun 2018 pertumbuhannya mencapai 9,23 persen atau naik dari tahun sebelumnya 2017 sebesar 8,46 persen, sebagian besar pelaku industri makanan dan minuman adalah UKM (Badan Pusat Statistik, 2019). Pertumbuhan industri makanan dan minuman yang semakin menjamur dengan ditandai banyaknya rumah makan menjadikan industri ini semakin kompetitif sehingga untuk dapat terus bertahan perlu memiliki strategi dan perencanaan bisnis yang matang.

Setiap harinya banyak bermunculan rumah makan atau restoran yang baru menawarkan konsep dan produk makanan yang berkualitas, beragam dan inovatif, salah satu cara yang harus diperhatikan agar tetap bertahan adalah mengutamakan kepuasan konsumen atau pelanggan. Jika kepuasan konsumen atau pelanggan terpenuhi maka konsumen akan datang kembali mau pun merekomendasikannya kepada kerabat atau teman.

Kepuasan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa (Kotler 2000:36). Kepercayaan konsumen juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kepercayaan berkaitan dengan

emotional bonding yaitu kemampuan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi (Tjiptono, 2014:102). Rasa kepercayaan konsumen akan cenderung setia dan bertahan terhadap pilihannya apabila Perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan terbaik terhadap konsumen dan konsumen merasakan penawaran-penawaran terbaik dari perusahaan, baik itu mutu pelayanan, produk maupun kinerja terbaik yang telah diberikan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Winahyuningsih (2010) *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Griptha Kudus (Universitas Muria Kudus Jurnal Pemasaran)* hasil penelitian menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griptha Kudus.

Dengan meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan maka diharapkan pendapatan perusahaan akan semakin meningkat dan dalam jangka panjang perusahaan dapat berkembang sejalan dengan kepercayaan dari konsumen atau pelanggannya. Citra perusahaan memainkan peran yang tak kalah pentingnya citra perusahaan tidak hanya berdampak pada persepsi konsumen akan baik buruknya suatu perusahaan tapi bisa berdampak secara internal. citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberikan manfaat yang lebih berarti bagi orang lain. (Kasali, 2003:30). Baihaqi dan Artanti (2016) meneliti tentang *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Citra*

Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Jurnal Ilmu Manajemen Volume 4 Nomor 2) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada biro perjalanan umroh dan haji Big Royal Cabang Gresik Jawa Timur.

Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Arifin (2011) tentang *Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah (Jurnal Dinamika Ekonomi 68 & Bisnis Vol. 8)*, hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel Jepara Indah.

Rumah Makan Sambel Layah merupakan salah satu perusahaan dalam industri kuliner terutama di kota Purwokerto, Rumah Makan Sambel Layah (Jalan Doktor Soeparno, Arcawinangun, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah) merupakan unit usaha yang memiliki ciri khas tradisional asli Indonesia dengan mengusung konsep masakan rumahan dengan dengan harga yang sangat terjangkau bagi semua kalangan, konsep masakan tersebut tercermin dari berbagai menu seperti : berbagai sambal, olahan ikan, ayam, lele dan menu lainnya yang rasanya selaras dengan lidah masyarakat Indonesia. Rumah Makan Sambel Layah

berkembang dan tumbuh sangat cepat, terdapat lebih dari 60 outlet yang tersebar hampir di kota-kota besar seperti Purwokerto, Purbalingga, Yogyakarta, Jakarta dan tersebar di beberapa kota di Jawa Barat. Harga yang murah menjadi citra RM Sambel Layah sehingga berbagai kalangan menyukainya dan menjadi pilihan rumah makan bersama teman, keluarga tau kolega. Selain itu pelayanan yang cepat dan ramah dengan rasa masakan yang enak dan khas Indonesia menjadi kepuasan konsumen dan percaya dengan kualitas serta membuat konsumen ingin kembali menikmati makanan di Rumah Makan Sambel Layah.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Baihaqi dan Artanti (2016) yang meneliti tentang pengaruh kepercayaan konsumen dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen pada biro perjalanan umroh dan haji Big Royal Cabang Gresik Jawa Timur, perbedaan dengan penelitian ini adalah lokasi yang digunakan, penelitian ini bertempat di RM Sambel Layah Arcawinangun Purwokerto dan penambahan variabel yaitu kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian akan menggunakan judul **“Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Citra Perusahaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Sambel Layah Purwokerto”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sambel Layah?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sambel Layah Purwokerto?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sambel Layah Purwokerto?
4. Apakah kepercayaan konsumen, citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sambel Layah Purwokerto?

C. Pembatasan Masalah

Karena adanya keterbatasan waktu, dana dan tenaga maka tidak semua masalah yang diidentifikasi diteliti. Untuk itu masalah yang akan diteliti perlu dibatasi. Batasan masalah bisa mengambil dari sebagian masalah yang telah diidentifikasi atau membatasi dari luasnya tempat penelitian (Sugiyono, 2013:316). Masalah penelitian ini akan dibatasi pada kepercayaan konsumen, citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dan tempat penelitian di Rumah Makan Sambel Layah (Jalan Doktor Soeparno, Arcawinangun, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah).

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kepercayaan konsumen secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sambel Layah Purwokerto.
2. Untuk menganalisis citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sambel Layah Purwokerto.
3. Untuk menganalisis kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sambel Layah Purwokerto.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen, citra perusahaan dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sambel Layah Purwokerto.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Rumah Makan Sambel Layah

Hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat yang berkaitan dalam meningkatkan kepuasan konsumen Rumah Makan Sambel Layah Purwokerto yang dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen, citra perusahaan dan kualitas pelayanan.

2. Bagi Pihak Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan literatur mengenai variabel kepercayaan konsumen, citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

3. Bagi Peneliti

- a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, terutama mengenai kepercayaan konsumen, citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
- b. Sebagai syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi S-1 di Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

