

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dalam era globalisasi saat ini, persaingan tidak hanya terbatas pada nasional saja namun sudah secara global. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing di pasar global. Perusahaan harus berusaha mempelajari untuk memahami kebutuhan keinginan konsumennya. Perusahaan yang mampu mempertahankan konsumen merupakan satu prestasi tersendiri bagi perusahaan tersebut, gunanya untuk mengetahui seberapa besar kehandalan perusahaan tersebut dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan baik barang atau jasa. Hal ini mengakibatkan semakin banyak variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan dalam suatu bisnis. Salah satu usaha yang sekarang ini banyak diminati masyarakat yaitu usaha di bidang jasa yaitu khususnya Rumah Makan.

Hal ini yang mendorong munculnya beragam restoran yang menyajikan tidak hanya menu dengan citra rasa tinggi namun juga pelayanan, konsep, suasana makan dan tata ruang restoran yang menarik. Wisata kuliner saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pangan berubah menjadi industri kuliner yang berikan tidak hanya citra rasa tetapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi. Sebab, industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya. Permintaan dan daya tarik konsumen yang tinggi terhadap wisata kuliner membuka peluang usaha dengan beragam restoran. Hal ini terbukti dengan mudah ditemukan berbagai jenis restoran yang menyajikan dengan fasilitas dan layanan yang baik. Konsep restoran dengan suasana makan dan kualitas pelayanan menjadi faktor penting pada suatu usaha di bidang kuliner agar konsumen tetap berkunjung serta mampu menarik konsumen baru.

Salah satunya bisnis Rumah Makan Khas Lamongan yang berdiri pada tahun 2006 lokasi di Utan Kayu Selatan di Jakarta Timur yaitu salah satu tempat makan Khas Lamongan yang memiliki ciri khas rasa makanan daerah Lamongan dalam berbagai menu hidangan. Dalam hal itu yang membuat Rumah Makan Khas Lamongan ini menjadi daya tarik konsumen yang dilihat dari segi makanan untuk kebutuhannya. Banyaknya tentang

persaingan bisnis kuliner sampai sekarang ini masih di pertahankan oleh produsen dengan strategi pemasaran yang baik untuk seluruh konsumen dapat memilih sesuai dengan kebutuhannya. Menu hidangan pada Rumah Makan Khas Lamongan yaitu Soto Ayam, Soto Daging, Ayam Bakar, Ayam Goreng, Lele Goreng dan Bebek Goreng merupakan menu andalan yang ditawarkan ke konsumen. Sehingga konsumen dapat memilih menu dengan berbagai macam variasi makanan yang sesuai keinginan pada kebutuhannya. Di samping itu harga dari menu hidangan tersebut sangat terjangkau yang diberikan kepada seluruh konsumen.

Lokasi Rumah Makan Khas Lamongan yang terletak di jalan Utang kayu Selatan di Jakarta Timur yang kini menjadi salah satu kawasan cukup ramai dan minat masyarakat sangat baik. Rumah Makan Khas Lamongan memiliki desain yang sama pada umumnya tempat makan tetapi ciri khas yang membuat konsumen selalu berkunjung untuk menyajikan menu hidangan. Nuansa ini membawa konsumen untuk merasakan atmosfer wilayah Utan Kayu Selatan di Jakarta Timur dengan kualitas makanan yang baik, pelayanan yang terbaik dan harga yang terjangkau untuk konsumen. Konsumen juga dapat merasakan cita rasa makanan tradisional khususnya daerah Lamongan dengan berbagai menu hidangan yang tersedia. Rumah Makan Khas Lamongan sangat memperhatikan keinginan konsumen karena pesaing tempat makanan sejenisnya tidak kalah bagusnya, maka dari itu evaluasi dan pengalaman yang membuat Rumah Makan Khas Lamongan tetap menjaga kesetiaan konsumen. Keramahan dan kualitas pelayanan selalu dijaga bahkan ditingkatkan sebab loyalitas konsumen menjadi tujuan utama agar konsumen kembali menikmati layanan jasa yang diberikan.

Menu makanan yang disediakan Rumah Makan Khas Lamongan membuat ketertarikan konsumen dengan penentuan harga bertujuan menarik minat konsumen menikmati makanan dan minuman dengan harga terjangkau tanpa mengurangi cita rasa. Penerapan ini diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen agar komitmen dalam pembelian ulang terhadap produk atau jasa. Keterjangkauan harga harus berorientasi pada kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Penyediaan atau kebutuhan konsumen harus diperhatikan, dimana penyediaan harga disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen sehingga mendorong konsumen untuk selalu melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan juga sangat diperhatikan oleh Rumah Makan Khas Lamongan untuk

memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen. Karena berpenampilan menarik dan memiliki komunikasi yang ramah dengan konsumen, tempat yang bersih dan nyaman akan berdampak positif bagi konsumen untuk jangka panjang komitmen dalam loyal pada Rumah Makan Khas Lamongan.

Untuk mempertahankan agar pangsa pasar Rumah Makan Khas Lamongan tetap stabil dan terus meningkat penjualannya, pihak pengelola harus tetap menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini. Pengelola harus berfikir secara pangsa pasar pada Rumah Makan agar mengetahui kebutuhan konsumen sehingga konsumen akan terpenuhi oleh produknya. Selain itu faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memberikan kualitas yang terbaik dalam kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan bisnis. Konsumen yang keinginannya sudah terpenuhi terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung daya minat beli ulang kembali untuk menggunakan jasa pada saat kebutuhan yang sama dalam hidangan makanan. Jika strategi pemasaran sudah diterapkan dengan baik untuk konsumen, maka komitmen konsumen menjadi loyal terhadap Rumah Makan Khas Lamongan.

Hal ini yang menjadi tugas utama Rumah Makan Khas Lamongan adalah memenuhi keinginan konsumen gunanya untuk menarik daya minat beli konsumen agar mencapai tujuan utama pencapaian terciptanya konsumen yang loyal. Konsumen lebih selektif dalam memilih tempat Rumah Makan karena banyaknya tempat lain dan memiliki kelebihan yang berbeda dengan berbagai macam menu hidangan lainnya. Oleh karena itu, jika konsumen sudah terpenuhi keinginannya dalam menikmati hidangan saat ini dibuktikan dengan adanya peningkatan daya minat beli dan loyalitas yang tepat pada Rumah Makan Khas Lamongan. Hal ini yang membuat penulis tertarik menggunakan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas yang digunakan untuk penelitian ini terhadap loyalitas konsumen sebagai variabel terikat.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan perumusan masalah pada penelitian dan fakta-fakta yang sudah dilakukan pada penelitian ini, maka permasalahan pada penelitian ini yang diungkapkan dalam bentuk pertanyaan, berikut ini:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Khas Lamongan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Khas Lamongan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Khas Lamongan?
4. Apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Khas Lamongan?
5. Dari kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan variabel manakah yang paling menentukan terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Khas Lamongan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Khas Lamongan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Khas Lamongan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Khas Lamongan.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Khas Lamongan.
5. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling menentukan antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Khas Lamongan.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian atau pembuatan suatu karya tulis ditunjukkan agar dapat memberikan manfaat dan berguna bagi para pembaca, pemerhati atau lembaga yang terkait langsung.

Manfaat yang diharapkan adalah:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman serta menjadikan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sastra 1 (S-1) Manajemen

di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta dan menambah wawasan tentang kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Rumah makan.

## 2. Bagi Regulator

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang berharga pada perkembangan ilmu, menerapkan teori dan mengimplementasikan kualitas dan loyalitas yang dapat membuat konsumen tertarik untuk memutuskan minat beli berulang-ulang pada Rumah Makan tersebut.

## 3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.