BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern seperti saat ini usaha bisnis kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan nilai perkiraan mencapai Rp 844,35 triliun, semua pemain memiliki kesempatan yang sama. Dan, dari nilai itu, sekitar 90% diisi oleh pemain independen. Bisnis kuliner di Indonesia memang tak terlepas dari tren makanan dan minuman yang terus berkembang. Lebih dari itu, budaya orang Indonesia yang gemar menjadikan makanan sebagai 'teman untuk mengobrol' kian menyehatkan bisnis kuliner di tanah air. Apalagi, mayoritas masyarakat Indonesia tak segan mencoba berbagai menu baru dari berbagai resep berbeda (Bella, 2018). Hal ini dapat dilihat dari potensi pelaku bisnis yang semakin banyak, baik makanan dengan harga murah hingga mahal mulai bermunculan dimana – mana. Mulai dari jajanan kaki lima, warung makan sederhana, kedai kopi , angkringan , *café* , hingga restoran – restoran mewah.

Sebagai kawasan penyangga ibu kota, Bekasi tak kalah maju dari Jakarta. Beberapa lokasi di kota ini menjadi incaran para investor karena potensinya yang besar. Tak heran jika kini banyak bermunculan area komersial dan pusat bisnis di Bekasi. Bisnis kuliner memang tidak ada matinya. Hingga saat ini, bisnis kuliner tetap berjaya dengan berbagai inovasi untuk menarik perhatian. Saat ini aneka makanan kekinian yang memancing rasa penasaran calon pembeli. Tempat makan yang ditata artistik dan *instagramable* juga menjadi nilai tambah. Di Bekasi, peluang untuk mengembangkan bisnis kuliner masih sangat besar. Penyebabnya utamanya karena laju pertumbuhan penduduk serta pertumbuhan ekonomi di daerah Bekasi tergolong cukup tinggi. Ini adalah potensi yang memungkinkan usaha berbasis kuliner dapat bertahan (binus.ac.id 2021).

Hal ini semakin terlihat dari banyaknya kuliner yang ada di bekasi terus berkembang dan mencoba mengeluarkan ide-ide yang inovatif dengan menciptakan strategi untuk dapat bersaing dengan kuliner lainnya. Untuk saat ini pertumbuhan bisnis kuliner di bekasi banyak memberi peluang sekaligus tantangan untuk terus berinovasi dan memberikan produk makanan berkualitas, serta dapat diminati sesuai dengan

kebutuhan konsumen. Hal tersebut dapat ditunjukan dengan banyaknya perkembangan bisnis usaha kuliner dari waktu ke waktu yang samakin lama semakin meningkat.

Ditengah ketatnya persaingan bisnis kuliner saat ini, menuntut suatu para pelaku usaha bisnis harus berlomba – lomba merencanakan strategi yang matang dalam menghadapi persaingan usaha bisnis tersebut. Para pelaku bisnis juga dituntut untuk melakukan strategi bersaing dalam menciptakan berbagai varian produk makanan yang berkualitas dan unik seperti menentukan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau oleh para konsumen serta menciptakan dalam segi rasa makanan yang berbeda dari para pesaingnya, namun tidak mengubah cita rasa khas dari produk makanan yang ditawarkan tersebut sehingga konsumen merasa puas serta akan loyal terhadap bisnis usaha kuliner tersebut (Paludi 2021).

Di kota Bekasi terdapat banyak rumah makan seperti Bebek kaleyo, Bakmi GM metropolitan, warung pancong balap dan tentunya ada salah satu rumah makan yang menjual beraneka ragam jenis olahan seafood yaitu Waroeng Seafood Kang Djoyo. Waroeng Seafood Kang Djoyo merupakan rumah makan sederhana yang menghidangkan makanan dan minuman dengan harga yang tidak mahal, terutama disediakan untuk tamu-tamu keluarga maupun rombongan. Waroeng Seafood Kang Djoyo membidik pasar pelanggan yang ingin makan dan berkumpul dengan keluarga karena Waroeng Seafood Kang Djoyo memiliki daya tampung 100 orang. Selain Waroeng Seafood Kang Djoyo sebagai rumah makan lokal seafood, terdapat juga pesaing sejenis yaitu Bandar Djakarta Bekasi. Pesaing sejenis tersebut merupakan pesaing dari Waroeng Seafood Kang Djoyo yang menawarkan produk unggulan yang sama yaitu makanan seafood dan perusahaan pesaing tersebut juga sudah dikenal oleh masyarakat luas. Perbedaan Waroeng Seafood Kang Djoyo dengan Bandar Djakarta Bekasi adalah terletak dari segi harga, jika harga Waroeng Seafood Kang Djoyo paling mahal adalah Rp 36.000, pada Bandar Djakarta Bekasi harganya bisa mencapai ratusan ribu.

Waroeng Seafood Kang Djoyo menyajikan berbagai jenis menu dari bahan olahan hewan laut dan air tawar seperti kerang , cumi, udang dan ikan air tawar serta terdapat juga olahan makanan dari ayam. Semua jenis bahan tersebut diolah menjadi berbagi macam menu diantaranya, udang saus padang , cumi goreng tepung , kerang ijo rebus saus padang dan ikan gurame saus padang serta ayam penyet sambel merah merupakan menu andalan yang ditawarkan kepada konsumen. Sehingga konsumen

dapat memilih menu dengan berbagai macam variasi makan yang sesuai keinginan dan kebutuhannya. Dengan mengusung *tagline* “makan enak engga harus mahal” untuk itu konsumen bisa merasakan makanan enak dengan harga yang terjangkau.

Pelaku usaha kuliner menetapkan harga dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan salah satu faktor yang harus dikendalikan secara serasi, selaras dengan tujuan yang ingin dicapai oleh Waroeng Seafood Kang Djoyo. Hal ini karena jumlah konsumen baik besar maupun kecil sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup bagi usaha bisnis kuliner. Semakin banyak konsumen, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih bagi pelaku bisnis kuliner, sebaliknya semakin sedikit konsumen maka pemasukan yang dapat diraih pelaku bisnis kuliner akan semakin sedikit pula (Wicaksono, 2020).

Penentuan harga memberikan dampak yang sangat besar, dimana jika harga terlalu mahal dan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, pelanggan akan enggan membeli dan berpindah ke tempat makan yang lain, Oleh karena itu penentuan harga harus di lakukan secara hati-hati dengan menggunakan perhitungan dan pertimbagan yang tepat serta dapat di pertanggung jawabkan secara teoristis maupun dalam penerapannya dalam usaha bisnis kuliner agar tujuan dapat di capai semaksimal mungkin (Khusnul, 2021). Pada kenyataannya penentuan harga yang di terapkan oleh Waroeng Seafood Kang Djoyo terbilang cukup murah dari rumah makan yang lain, sehingga akan menimbulkan persepsi pada kosumen bahwa apakah dengan harga yang di tawarkan Waroeng Seafood Kang Djoyo sesuai dengan kualitas produk yang di jual.

Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang harus dilakukan Waroeng Seafood Kang Djoyo agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen. Pola konsumsi dan gaya hidup konsumen menuntut Waroeng Seafood Kang Djoyo harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan pelayanan sesungguhnya yang mereka harapkan. kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Dengan kata lain, pelayanan sebagai tindakan yang menciptakan manfaat dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan konsumen sehingga pelayanan memberikan nilai tersendiri bagi konsumen (Saputri, 2019).

Perkembangan usaha bisnis kuliner seafood menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai pelaku usaha bisnis kuliner untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas produk menurut Puspita, Widha dan Wijaya (2017:156) adalah salah satu yang mempengaruhi presepsi konsumen terkait rancangan produk atau proses. Dalam mennciptakan kualitas produk makanan yang menarik tentunya konsumen akan puas terhadap bisnis kuliner. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong dalam Anggraeni, Evanita dan Sofya (2018) kualitas adalah karakter sebuah produk maupun jasa yang dapat mempengaruhi kemampuan sebuah produk untuk memuaskan kebutuhan. Kualitas berdampak langsung terhadap kinerja produk, hal ini membuat kualitas memiliki hubungan erat terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Grifin dalam Priansa (2017) menyatakan bahwa konsep loyalitas pelanggan lebih mengarah kepada perilaku dibandingkan dengan sikap dan seorang pelanggan yang loyal akan memperlihatkan perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama, yang dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambil keputusan. Sedangkan menurut Priansa (2017) mendefinisikan loyalitas pelanggan merupakan komitmen jangka panjang pelanggan yang diimplementasikan dalam bentuk perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh pelanggan dimana hal tersebut akan mempengaruhi eksistensi perusahaan tersebut.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan apa yang mereka terima dan harapannya. Jika apa yang mereka terima tidak sesuai harapan atau ekspetasinya maka konsumen akan kecewa. Apabila apa yang mereka terima seperti harapan bahkan melebihi ekspetasinya atau harapan maka konsumen akan merasa senang atau merasa puas. Menurut Fandy dan Anastasia (2019) kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi persepsi perbedaan

antara ekspetasi awal (atau standar kinerja tetentu) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumen mengkonsumsinya. Kotler dalam Zulanda (2019) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan apa yang mereka terima dan harapnya.

Dengan semakin meningkatnya persaingan bisnis kuliner yang ada, Waroeng Seafood Kang Djoyo harus terus melakukan pembenahan dari berbagai aspek yang ada dari segi sarana dan prasarana , ketersediaan bahan baku makanan yang berkualitas dan selalu berinovasi dari berbagai variasi menu makanan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen sehingga dapat mencapai terciptanya konsumen yang loyal. Dengan terciptanya kepuasan konsumen diharapkan Waroeng Seafood Kang Djoyo dapat bersaing serta unggul dibanding kompetitornya

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peniliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Waroeng Seafood Kang Djoyo , Mustikajaya Bekasi)".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah pokok penelitian yang terkait dengan Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi adalah :

1. Apakah persepsi harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi?
4. Apakah persepsi harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi?

6. Apakah kualitas produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi?
7. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi?
8. Apakah pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasaan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi?
9. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasaan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi?
10. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasaan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka ada beberapa tujuan dari penelitian ini untuk memberikan bukti empiris untuk mengetahui :

1. Persepsi harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi.
3. Kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi.
4. Persepsi harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi.
5. Kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi.
6. Kualitas produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi.
7. Kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi.

8. Persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasaan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi.
9. Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasaan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi.
10. Kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasaan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo, Mustikajaya Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan peneliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang telah diperoleh selama kuliah dengan kenyataan yang sebenarnya di dalam dunia bisnis sehari-hari.

B. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

C. Bagi Pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu usaha dalam menentukan langkah – langkah strategi pemasaran terhadap Waroeng Seafood Kang Djoyo , Mustkajaya Bekasi.