

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia dikenal dengan negara yang memiliki bermacam-macam budaya, salah satunya adalah budaya kuliner. Berbagai macam kuliner ada di Indonesia dari yang kuliner tradisional hingga kuliner modern. Menurut Guerrero (2009), kuliner tradisional adalah makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat yang resepnya diwariskan secara turun-temurun dan memiliki ciri khas tertentu di setiap daerahnya. Contoh makanan tradisional khas Indonesia adalah rendang, ketoprak, sate, dan masih banyak lagi. Menteri Keuangan Sri Mulyani mengingatkan, setiap daerah memiliki kuliner yang khas. Kekhasan ini bisa menjadi daya tarik karena cita rasa maupun kenangan di dalamnya. (Adminlina, 2021).

Di setiap daerah di Indonesia memiliki masing-masing makanan tradisional khas daerah mereka. Seperti Palembang yang mempunyai pempek, lalu Jakarta mempunyai kerak telur. Dan ada juga makanan tradisional yang bukan asli dari Indonesia tetapi sudah ada sejak tahun 1800 yaitu roti. Pada saat perusahaan Hindia Timur Belanda mengalami bangkrut, Indonesia menjadi koloni Belanda. Sepanjang masa kolonialisme, bangsa eropa memperkenalkan roti. Roti bakar diciptakan pada era kolonial dengan pengaruh Belanda. Setelah Indonesia merdeka, roti bakar mulai berkembang di berbagai daerah di Indonesia dan mempunyai berbagai macam rasa. Roti bakar semakin populer karena bisa di padukan dengan berbagai macam rasa, sehingga memiliki banyak varian rasa. Bahkan roti bakar masih tetap disukai oleh pecinta kuliner dari masa kemasa. Karena roti bakar menjadi yang cocok untuk sarapan hingga bisa juga sebagai cemilan. Banyak juga pelaku usaha yang menjadikan roti bakar sebagai produk usahanya karena mudah dan juga memiliki banyak penggemar. Tetapi tidak mudah untuk membuka usaha roti bakar karena banyak pesaing yang membuka usaha roti bakar, oleh karena itu pengusaha harus mencari ide-ide atau inovasi yang dapat membuat roti bakar yang menarik minat para konsumen. Kuliner

identik dengan makanan dan minuman, dimana makanan dan minuman adalah kebutuhan pokok. Kuliner menjadi salah satu bidang usaha yang berkembang di Indonesia. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Sandiaga Salahudin Uno mengatakan, kuliner merupakan subsektor penyumbang terbesar dari Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif. (Agmasari, 2021).

Kuliner Indonesia banyak disukai oleh para wisatawan asing, oleh karena itu perkembangan kuliner Indonesia berkembang pesat. Merujuk data *Global Culinary Tourism Market*, potensi wisata kuliner Indonesia mencapai USD 1.796 miliar dengan pertumbuhan sebesar 16,8%. Tingkat pertumbuhan tersebut melesat jauh dibandingkan target pertumbuhan ekonomi yang berkisar 5-6 persen pada tujuh tahun mendatang. Dan juga berdasarkan data *Food Travel Monitor*, 95% dari wisatawan berkunjung ke destinasi wisata berangkat dari ketertarikan pada kuliner. Sementara sebanyak 80% dari mereka mengecek sebelum mereka pergi. Sedangkan 70% wisatawan memilih destinasi wisata berdasarkan makanan dan minuman yang ada di sana. (Bayhaqi, 2021)

Ada beberapa bentuk usaha di bidang kuliner yaitu resto atau restoran, rumah makan, kafe, dan juga bistro. Restoran adalah salah satu usaha di bidang kuliner, menurut Marsum (2005), definisi restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamu, baik berupa kegiatan makan maupun minum. Seperti usaha Ropisbak Ghifari yang menjadi topik penelitian. Bisnis yang dimulai pada tahun 2015 hingga sekarang menjadi tempat kuliner favorit di Jakarta. “Salahsatu pegawai mengatakan tempat ini ramai anak muda bahkan acara keluarga diadakan disini mulai sore hari hingga malam. Sekitar jam 5 sore sudah mulai ramai sampai jam 11 malam.” (Putri, 2018)

Menu makanan di Ropisbak Ghifari beraneka macam, seperti mie rebus, mie goreng, pisang bakar, *pancake*, dan tentunya roti bakar. Lalu juga menjual beraneka macam minuman seperti jus buah dan aneka *milkshake*. Ropisbak Ghifari menjual produknya secara *online* maupun *offline* dengan mengandalkan aplikasi transportasi *online*. Perubahan gaya hidup, selera dan tata cara dalam menikmati atau mencari ide baru mengenai usaha yang dianggap lebih modern dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan varian rasa yang lebih

banyak, varian pilihan rasa roti bakar beraneka ragam agar lebih diminati dan disukai konsumen. Ropisbak Ghifari melakukan inovasi dengan memberikan varian rasa roti bakar yang mengikuti perkembangan jaman.

Kualitas roti bakar di Ropisbak sangat diperhatikan agar konsumen merasa puas dengan kualitas roti bakar di Ropisbak Ghifari. Kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2019:143), adalah totalitas fitur dan karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Rasa puas yang ada akan berdampak baik kepada usaha karena konsumen berpeluang besar untuk merekomendasiannya kepada orang lain yang dapat menguntungkan usaha tersebut. Produk yang baik akan banyak digemari konsumen. Karena konsumen puas dengan kualitas produk yang dimiliki Ropisbak Ghifari membuat para pelanggan akan datang kembali ke Ropisbak Ghifari. Selain kualitas produk yang harus baik dan dijaga, kualitas pelayanan juga harus diutamakan pada konsumen agar mereka merasa senang dan nyaman untuk makan dan minum di Ropisbak Ghifari.

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014:268), kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Fasilitas-fasilitas yang ada di Ropisbak Ghifari dijaga sebaik dan menyenangkan mungkin agar konsumen nyaman dan merasa aman. Dengan pelayanan yang sopan dan tanggap dalam melayani konsumen dan juga tempat parkir yang luas dan aman. Agar konsumen dapat makan dan minum dengan tenang dan nyaman. Dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang sangat baik membuat konsumen nyaman dan puas. Menurut Kotler dan Keller (2019:138-139), kepuasan adalah rasa senang atau kecewanya seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang disiapkan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Membuat konsumen merasa puas adalah salah satu tujuan Ropisbak Ghifari, dengan konsumen yang puas dengan produk dan pelayanan maka mereka akan loyal terhadap produk dan juga pelayanan yang ada di Ropisbak Ghifari. Jadi mereka akan datang kembali untuk membeli roti bakar atau makanan dan minuman lainnya yang ada di Ropisbak Ghifari.

Loyalitas konsumen menurut Tjiptono (2014:110), adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Hal ini yang harus dijadikan tugas utama oleh produsen adalah memenuhi setiap keinginan konsumen yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik guna untuk menarik daya minat beli konsumen agar mencapai tujuan perusahaan. Konsumen akan selektif dalam memilih tempat makan yang akan mereka datangi karena banyaknya tempat lain yang memiliki kelebihan berbeda-beda dengan berbagai macam menu hidangan lainnya. Maka dari itu, jika keinginan konsumen sudah terpenuhi maka adanya peningkatan daya beli dan loyalitas yang tepat pada Ropisbak Ghifari. Hal ini membuat penulis tertarik menggunakan Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel yang akan digunakan untuk penelitian ini terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen roti bakar Ropisbak?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen roti bakar Ropisbak?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen roti bakar Ropisbak?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen roti bakar Ropisbak?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen roti bakar Ropisbak?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis penelitian ini bagi penulis adalah penulis dapat memberikan ilmu pengetahuan dan pengembangan teori bagi akademisi di bidang manajemen pemasaran. Pada perguruan tinggi dapat mendiskusikan mengenai UMKM yang dapat memberikan kontribusinya terhadap PDB Nasional.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Perusahaan**

Manfaat penelitian ini untuk perusahaan adalah agar para pelaku usaha dapat mengembangkan produknya dalam situasi apapun, dan juga memperbaiki kekurangan yang ada di dalam usahanya tersebut.

###### **b. Bagi Peneliti**

Manfaat dari penelitian ini penting bagi penulis untuk menambah ilmu dan pengetahuan mengenai pemasaran di bidang kuliner.

###### **c. Bagi Masyarakat Umum**

Manfaat penelitian ini bagi masyarakat adalah, agar penulis bisa memberikan informasi bagi pihak yang membutuhkan. Dari penelitian ini juga penulis mengharapkan dapat menambah referensi kepustakaan serta memberikan pertimbangan bagi pihak yang ingin atau akan melakukan penelitian selanjutnya