

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman, sudah banyak ditemukan bisnis usaha dari segala bidang. Baik itu dari bisnis fashion, bisnis pariwisata, bisnis transportasi, bisnis kuliner, dll. Berfokus terhadap salah satu bidang bisnis usaha yaitu kuliner, dimana ditemukan banyak sekali usaha kuliner yang berdiri dengan pangsa atau target pasar yang berbeda. Hal ini menyebabkan persaingan bisnis usaha dalam bidang kuliner semakin tinggi. Sebagai pelaku usaha dalam bidang kuliner ini diharapkan untuk menerapkan strategi berupa peningkatan pelayanan dan harga untuk menarik para konsumen dan memuaskan para konsumen. Adapun pra penelitian berkaitan dengan pelayanan, harga, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut.

Loyalitas pelanggan merupakan suatu bentuk perilaku konsumen yang mengarah pada kemungkinan pembelian ulang, meningkatnya loyalitas pada harga, dan memberikan rekomendasi pada pihak lain (Agung, 2006.). Loyalitas pelanggan terdapat suatu sikap dan komponen perilaku dari para konsumen. Seperti halnya niat beli konsumen untuk kembali membeli produk dan merasakan pelayanan dari suatu usaha bisnis (Kotler, 2009). Pelanggan yang loyal, nantinya mereka akan merekomendasikan produk ke calon konsumen. Tentunya hal ini akan memberikan dampak positif bagi suatu usaha bisnis berupa promosi usaha bisnis yang terbantu oleh pelanggan yang loyal. Adapun manfaat dari loyalitas pelanggan yaitu pendapatan dari usaha bisnis yang cenderung stabil, yaitu pelanggan yang loyal cenderung konsisten dalam menggunakan produk barang atau jasa suatu usaha bisnis. Di antara berbagai faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya kualitas layanan, harga, ataupun kepuasan pelanggan.

Pelayanan merupakan suatu aktivitas yang dilakukan para karyawan suatu usaha untuk melayani para konsumen. Pelayanan yang baik kepada konsumen berdampak pada konsumen yang merasa puas disertai dengan perilaku loyalitas konsumen. Adapun tujuan dari kualitas pelayanan yaitu menciptakan suatu rasa puas dan percaya kepada para konsumen, mempertahankan para konsumen, dan menghindari keluhan-keluhan dari konsumen.

Pelayanan yang baik dan maksimal yang diberikan kepada para konsumen akan menunjukkan seberapa besar kualitas dan mutu di mata konsumen sehingga timbul kesan positif dan citra yang baik untuk suatu usaha bisnis. Kualitas pelayan yang baik juga akan memberikan manfaat bagi pihak usaha bisnis seperti kepuasan pelanggan yang meningkat, promosi dari mulut ke mulut, dan meningkatkan keunggulan kompetitif berupa pelayananyang lebih unggul dar para pesaing.

Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang tujuannya untuk mendapatkan hasil atau keuntungan dalam suatu bisnis usaha. Pengukuran persepsi harga dapat dilihat dari berbagai persepsi, seperti harga yang terjangkau, sesuai kualitas, dan dapat bersaing (Ghanimata & Kamal, 2012.). Terdapat beberapa fungsi dari harga yaitu menjadi suatu acuan dari konsumen terkait dengan produk barang atau jasa yang, pengambilan keputusan oleh konsumen terhadap manfaat dan daya belinya. Harga juga memiliki beberapa tujuan seperti halnya menjaga daya saing antar competitor, menjaga loyalitas konsumen, dan mendapatkan pangsa pasar.

Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan senang ataupun perasaan kecewa yang muncul setelah membandingkan hasil produk terhadap kinerja hasil yang diharapkan (Keller, 2017). Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang diterima oleh pelanggan. Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk. Kepuasan pelanggan juga memiliki beberapa manfaat seperti timbulnya sikap loyalitas konsumen, hubungan usaha bisnis dengan para konsumennya terjalin dengan baik, konsumen yang melakukan pembelian kembali, dll. Mengukur kepuasan pelanggan dapat diamati dengan melihat tingkat perasaan seorang konsumen dengan membandingkan antara apa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Besar kemungkinan konsumen tersebut menjadi pelanggan setia dalam suatu usaha bisnis. Tujuan mengukur kepuasan pelanggan yaitu agar pihak usaha bisnis mengetahui seberapa kekuatan produk atau jasa yang ditawarkan dan dijual kepada konsumen.

Rumah Makan Rawon Klakah merupakan salah satu usaha bisnis kuliner yang letaknya berada di Kabupaten Lumajang Jawa Timur. Usaha bisnis kuliner ini sudah berdiri selama 9 tahun. Tepatnya pada tahun 2014 sampai sekarang. Letak atau lokasi dari rumah makan ini juga tergolong strategis. Berada di pinggir jalan raya utama Kota Lumajang tepatnya di Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang yang menghubungkan

Kota Probolinggo dengan Kota Jember dan arah sebaliknya. Berikut adalah data tentang konsumen yang merasakan kepuasan dan loyalitas:

Tabel 1.1 Tabel Ulasan Konsumen Terkait Kepuasan dan Loyalitas

Nama Konsumen	Ulasan Terkait Loyalitas dan Kepuasan
Raza	Rumah makan yang cocok setelah lapar turun dari tol. Menu banyak ragam, rasa enak. Nyobain babat juga enak, empuk, dan porsi pas. Harganya lumayan murah dengan menu yang seperti itu. Selalu ramai kalo ke sini dan lokasinya pinggir jalan.
Fianoel	Kalau ke arah Jember pasti mampir ke sini dan rasanya enak.
Heru Soe	Ini kedua kali mampir lagi sebelum ke Jember. Rasanya cocok dengan sop iga nya. Maunya sop buntut ternyata habis. Tempatnya memang tidak terlalu besar tapi cukup bersih dan nyaman. Kamar mandi bersih dan ada menyediakan musholla.
Era Arifianto	Kalau perjalanan ke Timur selalu mampir di tempat ini. Harga oke sebanding dengan rasa masakannya. Paling suka Krengsengan Kambingnya dan kalau suami suka Rawon. Tempat kecil tapi nyaman dan disediakan toilet sama musholla.

Sumber: Google Maps RM Rawon Klakah, diakses Oktober 2023

Tabel di atas merupakan data dari konsumen yang merasakan kepuasan akan suatu produk dan jasa yang diberikan dari rumah makan ini. Pelanggan yang merasa puas akan suatu layanan dan harga pada rumah makan Rawon Klakah. Kepuasan konsumen berdampak positif bagi rumah makan. Seperti para pelanggan yang bersikap loyal terhadap rumah makan. Melakukan pembelian berulang-ulang, selalu berkunjung ke rumah makan, dan tidak lupa untuk merekomendasikan rumah makan ini ke calon pelanggan yang lainnya.

Makanan yang ditawarkan pada rumah makan ini tidak hanya menu rawon saja, melainkan terdapat menu-menu yang lainnya, seperti halnya sop buntut, sop iga, sayur asem, dll. Begitu juga dengan menu minuman yang ditawarkan, seperti halnya kopi, es jeruk, es teh, dll.. Awalnya rumah makan Rawon Klakah memiliki 6 meja makan terdiri dari 6 kursi per mejanya. Seiring dengan berkembangnya usaha bisnis kuliner ini, maka rumah makan Rawon Klakah menambah meja untuk para konsumen. Saat ini jumlah meja yang tersedia sebanyak 9 meja. Ditambah lagi dengan adanya jalan tol membuat semakin banyak para konsumen yang bepergian ketika turun tol untuk mencari tempat makan dan istirahat sejenak. Hal ini menjadi factor meningkatnya jumlah konsumen pada rumah makan ini. Berbagai keluhan bermunculan dari para konsumen yang tingkat kepuasannya

tidak terpenuhi saat berkunjung ke rumah makan ini. Adapun keluhan yang muncul dari para konsumen antara lain:

Tabel 1.2 Keluhan dari para konsumen RM Rawon Klakah

No	Keluhan
1	Kurangnya respon dan ketanggapan dari karyawan dalam menanggapi pemesanan dan keinginan konsumen.
2	Karyawan yang kurang tanggap dalam membersihkan meja.
3	Karyawan yang kurang murah senyum kepada para konsumen.
4	Harga menu yang tergolong mahal.
5	Ukuran daging empal yang kurang sesuai dengan harga.

Sumber: Ulasan Google Maps dan Konsumen RM Rawon Klakah, diakses Oktober 2023

Berdasarkan bukti empiris atau penelitian terdahulu tentang loyalitas pelanggan, didapati bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan harga (Dewi, 2020). Penelitian yang dilakukan (Wardhani, dkk 2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada *Café Azalea Situbondo*. (Wijaya & Nurcaya, 2017) melakukan penelitian tentang kualitas produk dan harga terhadap loyalitas merek dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Memperoleh hasil penelitian bahwa kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas merek dan kepuasan pelanggan.

(Wiguna & Padmantlyo, 2023) juga melakukan penelitian berkaitan dengan kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. (Charolina, 2020) dalam penelitiannya membahas tentang pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Dari penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa kualitas layanan dan persepsi harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. (Hidayat & Peridawaty, 2020) melakukan penelitian berkaitan dengan kualitas layanan dan harga dimediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil yang diperoleh yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Temuan penelitian terdahulu juga menyatakan hal yang berbanding terbalik (research gap) dengan beberapa penelitian di atas. Seperti (Permono dan Pasharibu, 2021.), menyatakan bahwa loyalitas pelanggan tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Penelitian yang dilakukan (Triannah dkk., 2017) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (Veronika dkk., 2018), menyatakan bahwa loyalitas pelanggan tidak dipengaruhi oleh harga. Penelitian yang dilakukan (Maimunah, 2020), menyatakan bahwa variable harga berpengaruh negative terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka saya sebagai peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Rawon Klakah di Lumajang”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana tanggapan pelanggan atas kualitas layanan, harga, kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Rawon Klakah?
- 2) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
- 3) Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
- 4) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- 5) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- 6) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
- 7) Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?
- 8) Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mendeskripsikan tanggapan pelanggan tentang kualitas layanan, harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas konsumen pada Rumah Makan Rawon Klakah..
- 2) Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.
- 3) Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari harga terhadap loyalitas pelanggan.

- 4) Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
- 5) Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari harga terhadap kepuasan pelanggan .
- 6) Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
- 7) Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.
- 8) Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh dari kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Khususnya dalam bidang usaha kuliner berupa rumah makan. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu para peneliti-peneliti lainnya untuk dijadikan sebagai tambahan informasi dan referensi melakukan penelitian dengan topik atau permasalahan yang serupa.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan saran bagi pihak Rumah Makan Rawon Klakah sehingga dapat dijadikan suatu pedoman dalam menentukan strategi pemasaran di masa yang akan datang.