

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

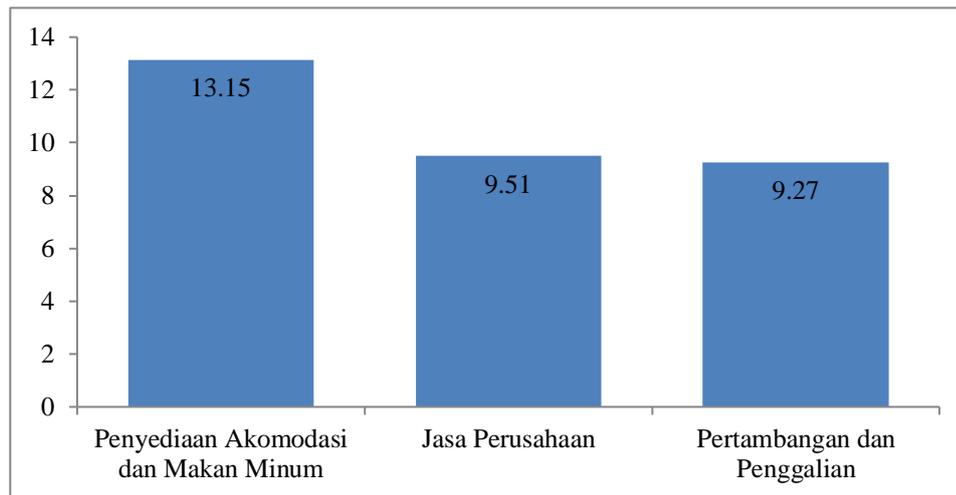
Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis yang berkembang dengan pesat terkhusus di kota-kota besar. Hal ini karena pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi, sehingga apabila makan dan minum masih menjadi kebutuhan yang diutamakan maka bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan bisnis kuliner ini ditandai dengan banyaknya rumah makan atau restoran-restoran yang bermunculan.

Sebagai salah satu kota besar menjadikan kota Palembang salah satu kota dengan laju pertumbuhan ekonomi yang baik. Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi Sumatera Selatan mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, terbukti pada tahun 2018 pertumbuhan ekonomi Sumatera Selatan mencapai angka 6,04 persen, pencapaian tersebut bahkan melampaui angka pertumbuhan ekonomi nasional yang hanya tumbuh sekitar 5,17 persen dan pertumbuhan ekonomi Sumatera Selatan tahun 2017 sebesar 5,51 persen.¹ Salah satu sektor ekonomi yang berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Sumatera Selatan adalah usaha penyediaan akomodasi, makanan dan

¹ Dinda Wulandari, "Pertumbuhan Ekonomi Kota Palembang 2018", <https://sumatra.bisnis.com/read/20190206/534/885932/pertumbuhan-ekonomi-sumsel-2018-604-masih-di-atas-nasional>, (diakses pada 7 Mei 2019, pukul 15:09)

minuman seperti hotel dan rumah makan yang tumbuh sekitar 13,15 persen, dimana kenaikan tertinggi terdapat di kota Palembang.²

Gambar 1.1
Pertumbuhan Lapangan Usaha Tahun 2018



Sumber : Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan

Pertumbuhan jumlah rumah makan ini tentunya menunjukkan bahwa persaingan dalam sektor bisnis tersebut semakin ketat. Para konsumen tentu sekarang akan lebih selektif dalam menentukan pilihannya ketika akan berkunjung ke restoran atau rumah makan melihat semakin banyaknya bermunculan rumah makan yang serupa. Maka dari itu tentu para pengusaha harus menentukan suatu usaha-usaha untuk mengatasi masalah tersebut dimana dari usaha-usaha yang dilakukan tersebut akan memunculkan kepuasan kepada pelanggan serta dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan itu sendiri. Menciptakan hubungan yang

² BPS Kota Palembang, "Pertumbuhan Ekonomi Kota Palembang 2018", <https://palembangkota.bps.go.id/pressrelease/2019/02/06/224/ekonomi-sumatera-selatanriwulan-iv-2018-tumbuh-6-04-persen.html>, (diakses pada 7 Mei 2019, pukul 15:49)

kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang.³

Tujuan bisnis pada hakikatnya untuk menciptakan dan mempertahankan para konsumen dari perusahaan. Konsumen yang loyal merupakan aset yang paling penting dan berharga bagi perusahaan. Hal itu berbeda dengan konsumen yang hanya datang sekali-kali dan belum tentu melakukan pembelian ulang⁴. Sifat loyalitas pada pelanggan akan muncul apabila pelanggan tersebut merasakan kepuasan terhadap produk yang dikonsumsi. Oleh karena itu kepuasan pelanggan menjadi penunjang agar tetap loyal dan bahkan bisa merekomendasikan produk yang dikonsumsi kepada orang lain.

Loyalitas menggambarkan perilaku yang diharapkan sehubungan dengan produk atau jasa. Loyalitas pelanggan akan tinggi apabila suatu produk dinilai mampu memberi kepuasan tertinggi sehingga pelanggan enggan untuk beralih ke tempat lain⁵. Kepuasan juga bergantung pada kualitas produk dan jasa. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Semakin tinggi pula tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan.⁶

Banyaknya pesaing sejenis, merupakan suatu tantangan bagi sebuah rumah makan atau restoran untuk terus bertahan dan meningkatkan kualitas produknya

³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga. 2009), hlm. 153

⁴Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*, (Bandung: Alfabeta. 2017), hlm. 215

⁵Andi Wijayanto dan Nurullaili, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen Tupperware (Studi pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro)*, Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 2 No. 1, Maret 2013, hlm. 91

⁶Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Op. Cit*, hlm. 143-144

supaya produk yang ditawarkan berbeda dari pesaing. Apalagi saat ini banyak sekali pesaing dengan menawarkan berbagai macam produk dengan harga yang begitu terjangkau, oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk tetap mengutamakan kualitas produk yang dijual untuk tetap bisa memuaskan pelanggannya.

Faktor harga juga berkaitan dengan faktor loyalitas konsumen. Harga selain merupakan jalan masuknya uang ke perusahaan, juga berhubungan dengan kualitas produk atau jasa. Perusahaan harus mampu menciptakan strategi penentuan harga yang tidak hanya memberi keuntungan bagi perusahaan, namun juga memuaskan pelanggannya.⁷

Keinginan masyarakat yang menginginkan tempat makan yang murah dengan kualitas produk yang baik menjadi motif pilihan konsumen. Tempat makan yang representatif modern dengan *display* menarik banyak diminati oleh para konsumen. Selain tempat makan yang menarik, masyarakat memanfaatkan jasa rumah makan sebagai sarana berkumpul dan *sharing* diskusi komunitas atau rekan kerja. Harga dan kualitas produk masih mendominasi motif utama konsumen memilih tempat makan. Pasalnya, harga akan melambangkan kualitas barang yang ditawarkan. Apabila kualitas sesuai dengan ekspektasi yang manfaatnya dapat dirasakan, maka akan tercapainya kepuasan konsumen, sehingga konsumen yang puas akan loyal dan sulit untuk beralih ketempat lainnya. Namun adakalanya konsumen tidak peduli dengan perbedaan harga yang dilancarkan oleh produsen, biar mahal tetapi dibeli juga. Hal itu terjadi karena

⁷ Andi Wijayanto dan Nurullaili, *Op. Cit.*, hlm. 92

berbagai alasan seperti konsumennya adalah orang-orang berpenghasilan tinggi, misalnya rumah makan yang bergensi dan harganya mahal⁸.

Banyaknya bisnis rumah makan di Palembang menciptakan kondisi persaingan semakin ketat dan menuntut setiap pelaku usaha dalam bisnis ini untuk mampu bersaing di antara kompetitornya. Melihat produk dan harga yang ditawarkan kurang lebih serupa, maka setiap pengusaha harus berupaya untuk mendapatkan perhatian dan ketertarikan dari konsumen untuk memenangkan pasar.

Atmosfer toko bisa menjadi alternatif untuk membedakan rumah makan yang satu dengan yang lainnya dengan produk dan harga yang kurang lebih sama diantara berbagai rumah makan yang ada. Ketika perbedaan produk dan harga minimal, konsumen membutuhkan kriteria lanjut yang lebih deskriminatif. Kriteria deskriminatif tersebut dapat diberikan oleh kenyamanan, lokasi, fasilitas parkir, kepribadian pemilik dan suasana.⁹ Atmosfer toko bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli.

Salah satu rumah makan yang tetap eksis hingga kini serta memiliki reputasi baik dalam kualitas produk, harga dan atmosfer toko adalah *Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang*. Rumah Makan Sambal Lalap dikenal dengan slogannya yang berbunyi “Halalan Thayyiban” merupakan rumah makan yang menyajikan menu makanan dengan lauk khas orang Indonesia berupa Ayam, Bebek, Aneka Seafood, Sambal dan Sayur atau lalap yang segar.

⁸H.Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Mitra Wacana Media. 2016), hlm. 299

⁹ Philip Kotler, *Atmospheric as a marketing tool*, *Journal of Retailing*, 1973. 49 (4): 53

Rumah makan sambal lalap dikenal masyarakat karena kualitas makanan yang baik, harga yang terjangkau dengan dibalut atmosfer rumah makan yang islami dengan pegawai yang berbusana syar'i, sering terdengar lantunan ayat suci Al-Qur'an dan music-musik islami dari pengeras suara, lahan parkir yang luas, lokasi strategis yang terletak dipinggir jalan dan tersedia musholla untuk beribadah. Rumah Makan Sambal Lalap cukup mendapat perhatian dari konsumen, namun seiring dengan perkembangan rumah makan yang cukup pesat menyebabkan persaingan antar rumah makan menjadi semakin tinggi.

Perkembangan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit cukup pesat, rumah makan yang buka setiap hari dari pukul 10:00 sampai 22:15 WIB ini berdasarkan hasil wawancara dengan manajer Rumah Makan Sambal Lalap Bukit, pengunjung yang datang rata-rata perhari bisa mencapai 300-350 orang. Rumah Makan Sambal Lalap sudah memiliki banyak cabang yang tersebar diseluruh Indonesia, dan terdapat 4 cabang di Kota Palembang.

Tabel 1.1

Daftar Cabang Rumah Makan Sambal Lalap di Palembang

No	Cabang	Alamat
1	Sambal Lalap Bukit	Jln. Jaksa Agung R. Soeprpto, 26 ilir
2	Sambal Lalap Plaju	Jln. DI. Panjaitan, 16 ulu
3	Sambal Lalap Kenten	Jln. MP. Mangkunegara, 8 ilir
4	Sambal Lalap KM 5	Jln. Sriyaya, KM 5

Sumber : Manajemen Sambal Lalap Bukit

Perkembangan Rumah Makan Sambal Lalap tidak terlepas dari usaha untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui pengembangan kualitas

produk, harga serta kenyamanan kepada konsumen dan berbagai upaya yang dilakukan untuk mempromosikan rumah makan.

Penelitian mengenai kualitas produk, harga dan atmosfer toko telah memiliki banyak ragam dan jenis dengan berbagai objek penelitian yang juga beragam, berdasarkan hasil penelitian terdahulu, hasil penelitian empiris yang ada tidak selalu memiliki kesamaan dan mengindikasikan adanya *research gap* dari variabel independen dan variabel intervening yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Table 1.2
Research Gap Kualitas Produk terhadap Loyalitas

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas	Terdapat pengaruh positif antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas	Ani Lestari
	Tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas	Andriani Kusumawati

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas yang diteliti oleh Ani Lestari menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap loyalitas. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Andriani Kusumawati yang menunjukkan tidak adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas.

Tabel 1.3
Research Gap Kualitas Produk terhadap Kepuasan

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan	Terdapat Pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan	Edy Yulianto

	Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan	Ika Kusumasasti
--	---	-----------------

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan yang diteliti oleh Edy Yulianto menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Ika Kusumasasti yang menunjukkan tidak adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan.

Tabel 1.4

Research Gap Harga terhadap Loyalitas

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga terhadap Loyalitas	Terdapat Pengaruh positif Harga terhadap Loyalitas	Nurul Qomariah
	Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Loyalitas	Melysa Elisabeth Pongoh

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Pengaruh Harga terhadap Loyalitas yang diteliti oleh Nurul Qomariah menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Loyalitas. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Melysa Elisabeth Pongoh yang menunjukkan tidak adanya pengaruh Harga terhadap Loyalitas.

Tabel 1.5

Research Gap Harga terhadap Kepuasan

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga terhadap Kepuasan	Terdapat Pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan	Emik Iriyanti
	Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan	Riza Firdaus

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Pengaruh Harga terhadap Loyalitas yang diteliti oleh Emik Iriyanti menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan. Hal ini bertentangan

dengan hasil penelitian Riza Firdaus yang menunjukkan tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan.

Tabel 1.6
Research Gap Atmosfer Toko terhadap Loyalitas

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Loyalitas	Terdapat pengaruh positif Atmosfer toko terhadap Loyalitas	Florencia Irena Sari Listiono
	Tidak terdapat pengaruh Atmosfer toko terhadap Loyalitas	Heryati

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Pengaruh Atmosfer toko terhadap Loyalitas yang diteliti oleh Florencia Irena Sari Listiono menunjukkan bahwa Atmosfer toko berpengaruh terhadap Loyalitas. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Heryati yang menunjukkan tidak adanya pengaruh Atmosfer toko terhadap Loyalitas.

Tabel 1.7
Research Gap Atmosfer Toko terhadap Kepuasan

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Kepuasan	Terdapat pengaruh signifikan Atmosfer toko terhadap Kepuasan	Andi Tendean
	Tidak terdapat pengaruh Atmosfer toko terhadap Kepuasan	Srikandi Kumadji

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Pengaruh Atmosfer toko terhadap Kepuasan yang diteliti oleh Andi Tendean menunjukkan bahwa Atmosfer toko berpengaruh terhadap Kepuasan. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Srikandi Kumadji yang menunjukkan tidak adanya pengaruh Atmosfer toko terhadap Kepuasan.

Tabel 1.8
Research Gap Kepuasan terhadap Loyalitas

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas	Terdapat pengaruh positif Kepuasan terhadap Loyalitas	Nurul Qomariah
	Tidak terdapat pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas	Rahmat dan Haryono

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas yang diteliti oleh Nurul Qomariah menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Rahmat dan Haryono yang menunjukkan kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas.

Berdasarkan uraian fenomena yang terjadi di lapangan serta perbedaan hasil dalam berbagai penelitian penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengangkat Judul *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Atmosfer Toko terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang”*

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang ?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang ?
3. Bagaimana pengaruh Atmosfer Toko terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang ?

4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang ?
5. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang ?
6. Bagaimana pengaruh Atmosfer Toko terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang ?
7. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang ?
8. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang ?
9. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang ?
10. Bagaimana pengaruh Atmosfer Toko terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang

3. Untuk mengetahui pengaruh Atmosfer Toko terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang
5. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang
6. Untuk mengetahui pengaruh Atmosfer Toko terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang
7. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang
8. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang
9. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang
10. Untuk mengetahui pengaruh Atmosfer Toko terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan dan sumber referensi acuan dalam penelitian berikutnya khusus pada manajemen pemasaran serta memperkaya kajian teoristik.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan landasan pihak manajemen dalam rangka meningkatkan dan menjaga loyalitas konsumen Rumah Makan Sambal Lalap Bukit Palembang serta sebagai bahan evaluasi dan perbaikan.