

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **A. Latar Belakang**

Rumah makan merupakan istilah umum untuk usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan dan menetapkan harga tertentu untuk makanan dan pelayanan. Usaha rumah makan adalah suatu usaha diyakini salah satu usaha ekonomi yang memiliki prospek cukup bagus, tapi sering kali ada usaha yang terjadi suatu gulung tikar akibat tak mampu mempertahankan jumlah konsumennya, mengatakan bahwa terjadi suatu kesuksesan usaha dibidang pelayanan makanan dan minuman tidak hanya bergantung oleh jumlah konsumennya, tetapi ditentukan oleh kemampuan untuk meningkatkan mutu pelayanan dan pertumbuhan pelanggannya. Bisnis Kuliner menjadi lahan bisnis yang sangat menarik minat banyak orang hal ini disebabkan peluang bisnis pada makanan lumayan menggiurkan.

Dunia bisnis di Indonesia kini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dikarenakan tingkat masyarakat yang semakin konsumtif sehingga menjadi peluang bagi perusahaan untuk memasukkan produknya dengan karakteristik desain dan harga yang bervariasi. Perusahaan saat ini tidak hanya berusaha mencari pembeli tetapi mereka berusaha agar pembeli dapat ditingkatkan menjadi pelanggan yang selanjutnya diusahakan menjadi konsumen tetap Usaha ini dilakukan karena pembeli yang menjadi konsumen tetap merupakan indikator bahwa pembeli tersebut telah menjadi loyal terhadap perusahaan atau produk yang ditawarkan kepadanya. Namun demikian untuk menjadikan konsumen loyal bukan merupakan hal yang mudah dilaksanakan.

Rumahan barokah adalah salah satu rumah makan yang berada di kota Mojokerto yang berdiri sejak tahun 2013 beralamat di Desa/ Kelurahan, Gunung Gedagan rt/rw 001/009 Kecamatan Magarsari Mojokerto yang menyediakan berbagai varian menu diantaranya ialah SODAGS (Soto daging sapi), Sate daging sapi, dan juga Bakso. Dengan harga per porsi berkisar antara Rp:10.000 - Rp:20.000 ribu. Rumah makan barokah mempunyai total karyawan yang berjumlah 2 (Dua) yang masing – masing bertugas sebagai cuci piring atau bersih – bersih dan mengantarkan pesanan makan ke konsumen yang datang di rumah makan barokah.

Kualitas pelayanan yang disediakan rumah makan barokah terhadap para pelanggannya masih tergolong baik dengan kondisi seperti ini rumah makan barokah harus meningkatkan pelayanan yang lebih baik lagi agar rumah makan barokah mendapatkan loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan.

Pelayanan kepada penyedia jasa harus dilakukan dengan baik, sehingga suatu perusahaan harus memiliki strategi khusus untuk mengelola pelayanan dengan baik. Strategi khusus menargetkan hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan, loyalitas, yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dimana kualitas pelayanan merupakan aspek terpenting untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Pelayanan yang sempurna adalah bagian dari strategi Rumah makan barokah sebagai pengontrol kualitas pelayanan. Rumah makan barokah sering berusaha supaya pelanggan tetap loyal dengan mengutamakan kualitas karena masih ada keluhan pelanggan tentang kasir, penataan ruangan yang sempit, dan sikap pelayan. Kualitas pelayanan adalah tinggat keunggulan bagi setiap pengusaha agar dapat memenuhi apa yang di inginkan konsumen Kualitas pelayanan yang baik diawali dari anggapan konsumen bukan dari perusahaan.

Menurut Putri & Utomo, (2017) memberikan pelayanan dan kualitas yang tinggi yaitu salah satu kewajiban buat mencapai tujuan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu rahasia kesuksesan untuk perusahaan Himatul aliyah, (2017). Menurut ( kolter & keller dalam Setiawan 2016:3) Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan ( atau hasil ) dengan harapan mereka, Kepuasan dapat di ciptakan melalui kualitas pelayanana dan penilaian. Kepuasa pelanggan yang redah akan berpengaruh pada jumlah kunjungan, sikap karyawan kepada konsumen akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dimana kebutuhan konsumen dari waktu kewaktu akan terus meningkat dan berubah ubah, begitu juga tuntutan akan kualitas pelayanan yang diinginkan oleh konsumen. Konsep kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas memberikan acuan pada penelitian ini, bagaimana kualitas layanan mempengaruhi loyalitas baik secara langsung maupun mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.

Loyalitas konsumen dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan, kesetiaan ini diambil tanpa adanya paksaan, namun timbul dari kesadaran konsumen sendiri. Menurut Tjiptono (2004:110), “ loyalitas konsumen merupakan komitmen pelanggan terhadap sesuatu merk, toko ataupun pemasok bersumber pada sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang”, yang artinya bahwa kestiaan konsumen diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan konsumen.

Semakin banyaknya bisnis rumah makan di kota Mojokerto khususnya kecamatan Magersari menyebabkan perubahan dalam selera konsumen dimana konsumen lebih akan memilih suatu pelayanan yang kualitasnya lebih baik karena untuk menciptakan pelanggan yang loyal perusahaan harus mampu memenuhi harapan pelanggan dan menciptakan kepercayaan di benak konsumen.

Hal ini dilakukan rumah makan untuk memberikan kepuasan kepada semua pelanggan. Mempertahankan pelanggan bukan hal yang mudah. Dengan permasalahan yang diuraikan di atas maka penting untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah di atas dapat diketahui bahwa loyalitas pelanggan sangat dibutuhkan oleh rumah makan untuk membangun hubungan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan bagi masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas ?
2. Apakah variabel kepuasan mempengaruhi Loyalitas ?
3. Apakah variabel kualitas pelayanan mempengaruhi Kepuasan ?
4. Apakah variabel Kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada maka penelitian ini dilakukan untuk tujuan :

1. Untuk mengetahui variabel pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas Konsumen.

2. Untuk mengetahui variabel pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen.
3. Untuk mengetahui variabel pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui variabel intervening.

#### **D. Batasan Penelitian**

Batas riset yang digunakan dalam riset ini bertujuan agar pokok kasus yang diteliti tidak melebar serta memudahkan periset untuk melaksanakan analisa. Batas dalam riset ini dibatasi cuma pada pelanggan yang sempat membeli dirumah makan BAROKAH.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang dapat menggunakan sebagai saran dari penelitian ini. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Bagi peneliti buat sarana untuk menerapkan dan memadukan pengetahuan yang didapat dengan praktek sesungguhnya dan sebagai syarat menempuh Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit Jurusan Manajemen.

2. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan jadi tambahan pengetahuan dan wawasan bagi konsumen mengenai kualitas pelayanan.

3. Bagi Rumah makan

Manfaat yang dapat diambil oleh Rumah makan adalah sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan strategi Pelayanan yang berkesinambungan untuk Konsumen guna menciptakan persepsi positif pada konsumen untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing terhadap Rumah makan.

4. Bagi ilmu pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan memberi kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan Kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.