

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis makanan merupakan bisnis yang tidak pernah meredup. Bahkan pada saat krisis moneter tahun 1997, bisnis makanan tidak terkena imbasnya. Faktor yang menyebabkan bisnis makanan paling mampu bertahan karena sejak dulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok.

Dalam mengembangkan bisnis makanan, pengusaha tidak cukup hanya dengan mengandalkan barang dan kualitas produk yang dijual. Dewasa ini konsumen mulai mengalami perubahan gaya hidup, yaitu menganggap makan diluar adalah sebuah rekreasi. Tempat yang nyaman, pelayanan yang baik, kemudian fasilitas merupakan beberapa contoh nilai lain yang dicari konsumen dalam memilih tempat makan. Tujuan makan diluarpun jadi berubah, tidak hanya untuk memuaskan perut, tetapi juga untuk memuaskan indera lain.

Semakin banyaknya bisnis makanan yang berkembang, tidak semuanya mampu bertahan lama. Sebagian besar bisnis tersebut jatuh atau bangkrut karena beberapa faktor antara lain faktor manajemen yang masih sederhana, kekurangan modal usaha dan hilangnya konsumen untuk mencari

alternatif produsen lain. Dalam bidang pemasaran, kondisi yang paling sulit adalah mempertahankan konsumen untuk selalu menggunakan produk dari penjual atau sering disebut dengan loyalitas pelanggan.

Dengan tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat, banyak restoran yang kemudian tidak lagi memfokuskan aktivitas pemasaran mereka semata-mata pada pencarian pembeli baru, namun sudah kepada usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan kesetiaan pelanggan lama.

Bisnis restoran saat ini termasuk salah satu bisnis yang paling digemari. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya restoran-restoran baru yang bermunculan. Setiap restoran mencoba memberikan keunikan mereka masing-masing, baik dalam suasana restoran, gaya penyajian maupun dalam menu yang disajikan.

Berikut ini tabel jumlah restoran atau rumah makan menurut kabupaten/kota di provinsi Jawa Tengah pada tahun 2012-2015:

Tabel 1.1
Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah, Tahun 2012-2015

Kabupaten/Kota <i>Regency/Municipality</i>		2012	2013	2014	2015
Kabupaten <i>/Regency</i>					
1	Cilacap	193	198	198	198
2	Banyumas	46	46	156	200
3	Purbalingga	24	24	25	25
4	Banjarnegara	33	33	53	53
5	Kebumen	44	46	44	44
6	Purworejo	17	21	48	48
7	Wonosobo	23	23	61	61
8	Magelang	72	72	82	82
9	Boyolali	37	37	84	84
10	Klaten	87	99	99	99
11	Sukoharjo	106	106	131	131
12	Wonogiri	40	40	41	43
13	Karanganyar	210	210	210	210
14	Sragen	10	10	66	66
15	Grobogan	17	17	27	27
16	Blora	14	28	40	40
17	Rembang	23	23	31	31
18	Pati	23	37	37	37
19	Kudus	16	16	17	23
20	Jejara	17	17	36	36
21	Demak	9	9	9	12
22	Semarang	23	23	169	169
23	Temanggung	42	43	45	45
24	Kendal	64	64	87	87
25	Batang	64	64	65	65
26	Pekalongan	15	15	16	16
27	Pemalang	33	28	28	28
28	Tegal	12	12	32	32

29	Brebes	26	65	65	65
Kota/Municipality					
1	Magelang	25	36	91	91
2	Surakarta	97	97	267	267
3	Salatiga	21	21	20	20
4	Semarang	137	138	191	191
5	Pekalongan	94	96	100	100
6	Tegal	14	14	26	26
Jawa Tengah		1728	1828	2 697	2752

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah

Berdasarkan tabel diatas (tabel 1.1) menunjukkan bahwa untuk kabupaten Jepara jumlah restoran pada tahun 2012 dan 2013, jumlah restoran tetap berjumlah 17. Namun pada tahun 2014, jumlahnya meningkat cukup banyak yaitu 36 restoran selanjutnya pada tahun 2015 tidak ada perubahan pada jumlah restoran yaitu tetap berjumlah 36 restoran. Dari beberapa jumlah restoran atau rumah makan yang ada di Kabupaten Jepara salah satunya adalah Resto Taman Bale Banyu.

Resto Taman Bale Banyu merupakan salah satu resto yang berada di Desa Sengon Bugel Kecamatan Mayong Kabupaten Jepara. Bale Banyu merupakan resto dengan konsep alam seperti adanya taman-taman, gazebo untuk lesehan, kolam ikan, kolam renang, pohon-pohon yang membuat suasana menjadi teduh. Resto Taman Bale Banyu hadir sebagai alternatif lain tempat

kuliner dengan konsep taman yang sebelumnya sudah ada di daerah mayong sehingga konsumen mempunyai tempat makan yang baru sebagai pilihan.

Resto Taman Bale Banyu telah membidik pelanggan-pelanggan mulai dari kelas menengah hingga kelas atas, baik itu dari kalangan perorangan sampai pebisnis. Karena mindset perusahaan adalah jika pelanggan yang berkunjung ke tempat mereka sudah pasti mempunyai uang.

Dalam melayani pelangganya, pengunjung Resto Bale Banyu akan langsung disambut dengan keramahan pelayan dan akan diantar ke tempat yang diinginkan konsumen. Dengan pelayanan yang ramah ini, kesan pengunjung akan merasakan jika pengunjung diperlakukan sangat istimewa oleh pihak Resto Bale Banyu. Disana pengunjung bisa memilih tempat seperti gazebo yang dikelilingi kolam ikan atau bisa memilih di ruangan dengan meja kursi sambil menikmati bersihnya kolam renang.

Melihat jumlah restoran yang dari tahun ke tahun meningkat, mendorong para pengusaha untuk terus melakukan inovasi dan kreasi terhadap bisnis atau usahanya untuk menarik perhatian konsumen, sebab konsumen tidak hanya memperhatikan dari segi produk dan harga yang ditawarkan saja melainkan perasaan nyaman ketika berada didalam sebuah restoran. Suasana resto yang ditawarkan merupakan salah satu faktor penting dalam membuat sebuah restoran agar bukan hanya menarik kepuasan perut konsumen, namun psikologis pun tertarik.

Resto Taman Bale Banyu tidak hanya memberikan pelayanan yang ramah dan cepat, namun juga memberikan suasana resto yang nyaman dengan konsep suasana alam yang teduh dengan pohon dan tamanan buatan. Suasana resto Bale Banyu memberikan daya tarik tersendiri bagi para pengunjung. Tidak hanya untuk menikmati makanan, pengunjung juga bisa berwisata dengan menikmati suasana taman-taman.

Selain suasana resto yang nyaman, di Resto Taman Bale Banyu juga terdapat kolam renang anak yang bisa dimanfaatkan oleh pengunjung tanpa dipungut biaya tambahan, kondisi kolam renangnya juga tampak biru dan bersih. Fasilitas lain yang diberikan Resto Bale Banyu yaitu terdapat *free wifi* yang bisa dimanfaatkan pengunjung dan juga lahan parkir yang cukup luas.

Tak hanya suasana resto yang nyaman, menu yang tersedia di Resto Taman Bale Banyu juga sangat lengkap. Mulai dari masakan nusantara hingga masakan *chinness food* dan *ueropen food* juga tersedia disini. Begitu pula dengan menu minuman juga banyak tersedia pilihannya. Selain itu harganya juga cukup kompetitif jika dibandingkan dengan rumah makan lainnya disekitar Resto Taman Bale Banyu.

Persaingan bisnis restoran yang ketat, namun Resto Taman Resto Bale Banyu masih bisa bertahan dan menjadi salah satu pilihan konsumen. Hal ini dikarenakan Resto Taman Bale Banyu mampu memberikan kualitas layanana

yang baik, suasana resto yang nyaman dan juga harga yang kompetitif dalam menjual produk kulinernya.

Kualitas layanan yang baik maka akan menciptakan kepuasan konsumen. Konsumen yang puas akan berperan pada terciptanya loyalitas konsumen. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka akan menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen yang tinggi, akan berdampak terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang bahkan mampu menciptakan loyalitas konsumen. Sebaliknya, jika kualitas layanan yang diberikan semakin rendah, maka semakin besar kemungkinan konsumen tidak melakukan pembelian ulang.

Suasana resto yang menarik dan nyaman mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Semakin baik suasana resto yang diciptakan, maka semakin besar daya tarik konsumen untuk berkunjung ke resto tersebut.

Dengan persaingan usaha restoran yang semakin ketat, maka manajemen Resto Taman Bale Banyu harus mampu mempertahankan pelanggannya agar tidak berpindah ke restoran lain dengan memberikan pelayanan yang lebih cepat dan juga memberikan harga yang kompetitif dengan restoran-restoran yang telah ada. Karena loyalitas konsumen merupakan tujuan inti yang ingin dicapai. Hal ini dikarenakan dengan adanya loyalitas konsumen sesuai dengan yang diharapkan, maka dapat dipastikan perusahaan mampu meraih keuntungan dan perusahaan akan mampu mempertahankan bisnisnya.

Penelitian-penelitian terdahulu yang meneliti tentang loyalitas konsumen telah banyak dilakukan sebelumnya. Dalam penelitian oleh Ningsih dan Parjono (2014) diketahui hasilnya bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas layanan mempengaruhi loyalitas konsumen karena dalam menciptakan konsumen yang loyal diperlukan perhatian khusus yang dapat memberikan kenyamanan dan mampu memberikan kebutuhan sesuai yang diharapkan, dimana nantinya akan membuat konsumen kembali berulang-ulang ke tempat tersebut.

Kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen. Konsumen yang merasa puas akan mempunyai peranan pada terciptanya loyalitas konsumen. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka akan menimbulkan kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan yang tinggi, akan berdampak terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang bahkan mencapai loyalitas konsumen. Sebaliknya, jika kualitas layanan yang diberikan rendah maka semakin besar kemungkinan konsumen tidak akan melakukan pembelian berulang.

Selanjutnya dalam penelitian Ningsih dan Parjono (2014) juga diketahui hasilnya bahwa suasana rumah makan mempengaruhi loyalitas konsumen secara positif dan signifikan. Suasana rumah makan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen karena dalam menciptakan konsumen yang loyal diperlukan adanya usaha untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen

dengan memberikan fasilitas yang baik dan memadai bagi para pengunjung, sehingga pengunjung betah dan ingin berlama-lama dalam rumah makan tersebut.

Suasana rumah makan yang menarik dan nyaman akan menjadi daya tarik tersendiri. Semakin baik suasana rumah makan yang diciptakan, maka semakin besar pula daya tarik konsumen untuk berkunjung ke rumah makan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Pongoh (2013) diketahui hasil penelitian bahwa harga mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dipengaruhi oleh kekuatan yang dibangun pesaing, dengan menawarkan keuntungan harga yang lebih dengan total bonus yang berlebihan bahkan untuk periode yang cukup lama. Dengan penawaran dari perusahaan pesaing, konsumen lebih cenderung untuk mencoba menggunakan produk lain, bahkan akan melakukan pembelian ulang dan tidak berminat untuk melakukan pembayaran lebih untuk produk tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga yang murah yang telah ditetapkan perusahaan belum bisa mempengaruhi loyalitas konsumen.

Dari hasil penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas layanan, suasana rumah makan dan harga. Namun variabel harga mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas

konsumen. Sehingga penulis ingin membuktikan apakah variabel harga mempunyai pengaruh yang negatif terhadap loyalitas konsumen ataukah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui penelitian ini.

Sesuai dengan latar belakang masalah dan alasan yang telah dijelaskan diatas, maka penulis akan menguji kembali penelitian terdahulu dengan mengambil judul penelitian : **PERANAN KUALITAS LAYANAN, SUASANA RESTO, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA RESTO TAMAN BALE BANYU.**

1.2. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada peliputan subyek penelitian yaitu hanya pada konsumen Resto Taman Bale Banyu.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu?
2. Bagaimana pengaruh suasana resto terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu?

4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, suasana resto dan harga secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Bayu.
2. Untuk menganalisis pengaruh suasana resto terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, suasana resto dan harga terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu

1.5. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memiliki manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat khususnya bagi Resto Taman Bale Banyu sebagai masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan loyalitas konsumennya.

2. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan masukan bagi penelitian-penelitian berikutnya yang berkenaan dengan masalah loyalitas konsumen.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam tinjauan pustaka diuraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran teoritis dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian diuraikan variabel penelitian dan definisi operasional variabel; jenis dan sumber data; populasi, jumlah sampel dan teknik pengambilan sampel; metode pengumpulan data; metode pengolahan data; dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menguraikan gambaran umum obyek penelitian, deskripsi responden, deskripsi variabel penelitian, analisi data dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.