

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Yogyakarta melekat dengan sebutan Kota Pelajar dikarenakan banyaknya universitas negeri maupun swasta, sekolah tinggi, institut serta akademi. Keberadaan perguruan tinggi negeri maupun swasta di Kota Yogyakarta memiliki keuntungan sendiri bagi masyarakat Kota Yogyakarta karena berbagai sektor meningkat, sebagai contoh sektor jasa, munculnya usaha-usaha yang berkaitan dengan kehidupan mahasiswa salah satunya Rumah Makan Spesial Sambal / SS.

Spesial Sambal/Waroeng SS didirikan pada pertengahan tahun 2002 oleh Yoyok Heri Wahyono yang berada di Bulak sumur Yogyakarta dengan konsep layanan yang berbeda dengan warung atau rumah makan yang sudah ada sebelumnya. Restoran ini memiliki banyak pesaing lainnya, seperti Mister sambal, lombok ijo, dll. Restoran ini mencoba masuk pada persaingan yang sudah ketat dengan merebut pangsa pasar yang sama dengan restoran lainnya di Yogyakarta. Berdasarkan hasil survei awal, ada fenomena bahwa konsumen restoran ini semakin hari semakin bertambah, dan terlihat ada kesetiaan dari pelanggannya dilihat dari frekuensi kunjungan mereka. Hal ini membuat peneliti ingin menganalisis tingkat kesetiaan pelanggan restoran ini berdasarkan tingkat kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan manajemen mengevaluasi keberhasilan

dalam mengelola restoran menghadapi pesaing yang semakin ketat dan agresif.

Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung (Zeithaml dkk, 1996) dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan (Caruana, 2002). Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert dkk, 2004).

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

Menurut Kotler (2005) dalam Aryani dkk, (2010) menyatakan bahwa semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling

tinggi dari beberapa produk). Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain.

Loyalitas pelanggan memberikan dampak yang signifikan bagi profitabilitas perusahaan. Pelanggan yang loyal kemungkinan akan menunjukkan sikap dan perilaku positif, seperti pembelian ulang merek yang sama dan rekomendasi positif yang dapat mempengaruhi pelanggan. Loyal tidaknya konsumen terhadap suatu merek sangat tergantung pada kemampuan manajemen pihak perusahaan dalam memasarkannya, agar konsumen dalam menggunakan merek yang dibelinya sesuai dengan yang diharapkan. Keunggulan produk tersebut akan menghasilkan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan konsumen memungkinkan terciptanya loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian pelanggan pada suatu barang atau produk, penilaian yang positif akan menyebabkan pelanggan menyenangi dan menyukai produk tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang menyebabkan pelanggan menjadi loyal terhadap suatu produk.

Menurut Reichheld dan Sasser (1990) dalam Aryani, dkk, (2010) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan memiliki korelasi yang positif dengan performa bisnis. Loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pelanggan baru. Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas pelanggan akan membawa *profit* pada penjualan. *Profit* merupakan motif utama konsistensi bisnis, karena dengan keuntungan

maka roda perputaran bisnis dari variasi produk dan jasa yang ditawarkan maupun perluasan pasar yang dilayani (Soeling, 2007).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Diah Dharmayanti (2006). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya pada obyek penelitian. Penelitian sebelumnya mengambil obyek penelitian tiga Bank Mandiri cabang Surabaya sedangkan pada penelitian ini obyek penelitiannya rumah makan Sambal Spesial/SS di Yogyakarta.

Alasan penelitian ini adalah semakin menjamurnya rumah makan di Yogyakarta, serta produk dan harga yang ditawarkan bersaing satu dengan yang lain, tentu akan berdampak pada kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimoderasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Rumah Makan Spesial Sambal / SS)”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah;

1. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Spesial Sambal?
2. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Spesial Sambal?

3. Apakah kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Spesial Sambal?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dimoderasi oleh kepuasan pelanggan rumah makan Spesial Sambal?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Spesial Sambal
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Spesial Sambal
3. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Spesial Sambal?
4. Menganalisis pengaruh pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dimoderasi oleh kepuasan pelanggan rumah makan Spesial Sambal

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan hasil dari penelitian ini memiliki manfaat antara lain;

1. Manfaat Teoritik

Dari hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya dalam

memahami kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Bagi peneliti yang akan datang penelitian ini dapat menjadi bahan acuan penelitian tentang kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktik

Penelitian ini memberikan informasi tentang kualitas, kepercayaan dan kepuasan terhadap layanan spesial sambal, agar menjadi masukan bagi perusahaan dalam menetapkan keputusan dan strategi di bidang pemasaran untuk semakin maju.