

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di zaman era globalisasi saat ini yang diiringi dengan pertumbuhan ekonomi memaksa banyak pengusaha yang membuka usaha restoran kuliner khas daerah di berbagai tempat. Tak dapat dipungkiri bahwa usaha kuliner khas daerah saat ini cukup berkembang pesat di Indonesia. Disisi lain Indonesia sendiri terdiri dari berbagai macam daerah serta berbagai macam makanan khas dari daerahnya masing-masing. Perubahan lingkungan yang demikian pesat juga semakin mendukung kompetensi yang sedang terjadi saat ini dimana banyaknya muncul usaha makanan dari luar negeri yang beraneka ragam. Di samping itu, banyaknya usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar yang berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis.

Padatnya aktivitas di zaman modern saat ini menyebabkan kebanyakan orang tidak mempunyai banyak waktu luang untuk mempersiapkan sendiri makanan di rumah dan cenderung ingin menikmati makanan yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Selain itu banyaknya makanan dari luar negeri yang masuk ke Indonesia juga menyebabkan kebanyakan orang lebih memilih makanan modern dibandingkan dengan makanan khas daerah di Indonesia. Usaha makanan ini cukup menjanjikan karena

kebutuhan utama yang harus dipenuhi orang yang tidak bisa diingkari adalah makanan.

Pertumbuhan industri kuliner khas daerah di Indonesia meunjukkan perkembangan yang relatif pesat dan menunjukkan adanya peluang besar bagi pertumbuhan usaha kuliner khas daerah. Kompetisi dalam industri usaha kuliner pun semakin terasa dengan bermunculannya berbagai usaha kuliner khas daerah. Meningkatnya persaingan telah mengarahkan bisnis usaha kuliner khas daerah ini mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Hal inilah yang menyebabkan suatu perusahaan perlu memahami perilaku dari kepuasan konsumen dan faktor-faktor utama yang mempengaruhinya seperti kualitas layanan dan harga dalam menjalankan usaha pemasaran serta faktor loyalitas pelanggan untuk dapat mempertahankan konsumennya.

Di Indonesia saat ini terutama di Yogyakarta terdapat kuliner khas yaitu Gudeg. Gudeg merupakan masakan kuliner asli Yogyakarta berupa sayur nangka muda dan telah dimasak beberapa hari hingga kuah habis menguap. Kuliner Gudeg ini hanya dapat ditemukan di daerah Yogyakarta. Salah satu Gudeg yang terkenal di Yogyakarta yaitu Gudeg Yu Djum. Gudeg Yu Djum adalah tempat makan kuliner khas Yogyakarta yang berdiri sejak tahun 1950 dan sudah memiliki banyak cabang di Yogyakarta bahkan bisa melakukan *delivery* order melalui via *telephone*. Salah satu cabang Gudeg Yu Djum yang digemari masyarakat yaitu Gudeg Yu Djum cabang wijilan yang terletak tidak jauh dari Alun-alun utara Yogyakarta. Selain bisa dinikmati ditempat, Gudeg Yu Djum juga dapat di bawa pulang sebagai oleh-oleh. Gudeg Yu Djum disajikan dengan krecek pedas, ayam

dan telur bumbu gudeg, termasuk tahu dan tempe bacem yang dimasak dengan cara tradisional dan dengan bumbu pilihan yang menjadikan Gudeg Yu Djum memiliki rasa gurih dan manis yang pas. Harga Gudeg Yu Djum mulai dari Rp 9.000-, sampai dengan Rp 115.000-, tergantung dari kemasannya. Hal yang membuat bertahannya Gudeg Yu Djum hingga selama ini karena selalu mempertahankan kualitasnya, inilah yang membuat banyak konsumen memilih kuliner Gudeg Yu Djum.

Dalam perkembangan selanjutnya konsumen merupakan penentu kegagalan atau keberhasilan dari suatu usaha. Perusahaan harus mengenali dan mengamati kebutuhan konsumen saat ini dan dimasa yang akan datang. Namun, hal ini tidaklah mudah karena banyaknya konsumen yang semakin komflek dengan persaingan usaha sejenis yang sangat kompetitif. Dengan hal ini perusahaan harus bisa menghadapi persaingan dan menjaga kepercayaan konsumen sehingga perusahaan dapat mengembangkan kualitas dari produk, kualitas layanan dan harga dengan baik.

Perusahaan bukan hanya harus menjaga kualitas produknya tetapi juga kualitas pelayanannya. Adapun kualitas layanan Menurut Zeithaml (2009:111), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu : *expected service* dan *perceived service*. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*ekpected*), maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang

diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Maka, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Faktor lain yaitu harga, Menurut Tjiptono (2009:151) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang di tukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan salah satu elemen yang paling fleksibel, harga dapat diubah dengan cepat. Harga merupakan suatu faktor faktor yang harus dikendalikan oleh suatu perusahaan untuk memahami kepuasan konsumen. Dalam hal ini manajer suatu perusahaan harus bisa menangani hal tersebut karena harga merupakan salah satu kunci sukses bagi perusahaan, dimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk, dengan demikian harga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Konsumen cenderung tidak tertarik dan tidak merasa puas jika harga yang ditawarkan produk atau layanan oleh perusahaan terlalu tinggi, sebaliknya konsumen akan tertarik dan merasa puas jika produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harga yang terjangkau.

Zeithaml (2009:103) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh fakto-faktor lain. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi

pelanggan terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan oleh faktor situasi dan faktor pribadi dari pelanggan. Kepuasan konsumen adalah tahap pertama dimana konsumen akan memutuskan tingkat kepuasaannya pada kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan, kemudian selanjutnya dari kepuasan konsumen tersebutlah yang akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pentingnya loyalitas pelanggan dalam pemasaran tidak diragukan lagi. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pemasar sangat mengharapkan dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang. Bahkan jika mungkin untuk selamanya. Hal ini akan mendatangkan sukses besar dalam jangka panjang. Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan misalnya *consumer satisfaction* (kepuasan konsumen) yang biasanya dipengaruhi oleh *service quality* (kualitas pelayanan) dan *price* (harga).

Menurut (Tjiptono, 2014), loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek berdasarkan sifat yang sangat positif yang tercermin dalam bentuk pembelian berulang secara konsisten. Untuk meningkatkan loyalitas perusahaan harus meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan tingkat kepuasan setiap pelanggan dalam waktu panjang. Menurut (Guiltinan, 2014), mengemukakan bahwa meningkatkan loyalitas pelanggan salah satu manfaat dari kepuasan pelanggan.

Seiring dengan perkembangan globalisasi, kota Yogyakarta sendiri saat ini selain menjadi kota yang memiliki kuliner khas daerah yang terkenal dan

cukup banyak yang berkembang baik dari segi kualitasnya. Yogyakarta juga merupakan suatu daerah yang menjadi tempat wisata yang banyak dipilih warga dari luar negeri maupun dalam negeri membuat banyak konsumen berdatangan dan memilih kuliner khas Yogyakarta yaitu Gudeg Yu Djum sebagai tempat untuk menghabiskan waktunya baik untuk tujuan makan dan minum maupun bersosialisai dengan rekan-rekannya.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Gudeh Yu Djum Wijilan Yogyakarta. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Gudeg Yu Djum Wijilan”.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Gudeg Yu Djum Wijilan?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan konsumen Gudeg Yu Djum Wijilan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Gudeg Yu Djum Wijilan?
4. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Gudeg Yu Djum Wijilan?

5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Gudeg Yu Djum Wijilan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Gudeg Yu Djum Wijilan.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Gudeg Yu Djum Wijilan.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Gudeg Yu Djum Wijilan.
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen Gudeg Yu Djum Wijilan.
5. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan konsumen Gudeg Yu Djum Wijilan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi atau menambah wacana tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bahan informasi dan referensi untuk perpustakaan serta bagi para peneliti selanjutnya yang ada kaitannya tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
- b. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik perusahaan yang diharapkan dapat dijadikan gambaran serta strategi yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan mengenai kualitas layanan dan harga serta dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan