

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Dewasa ini dunia usaha sangat berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan oleh adanya ide yang semakin kreatif dan inovatif yang didukung dengan berbagai kemajuan teknologi. Seiring dengan ide tersebut tujuan pemasaran pun turut berkembang. Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai difokuskan pada pemuasan kebutuhan konsumen.

Pada umumnya setiap usaha mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan, tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Sebaiknya harus di pikirkan terlebih dahulu, agar sasaran pemasaran mencapai tujuan yang tepat. Karena tidak sedikit pembeli potensial akan mempertimbangkan berbagai faktor, diantaranya kualitas produk, kepuasan konsumen serta fasilitas yang ada sebelum memilih tempat makan yang dapat memberikan kepuasan tertinggi terhadap konsumen.

Di zaman sekarang ini, khususnya persaingan bisnis kuliner menjadi sangat tajam. Perusahaan yang mampu menjaga konsumennya untuk selalu merasa puas akan lebih mempermudah untuk mengembangkan usahanya, sehingga konsumen itu selalu melakukan pembelian ulang dan bahkan rela untuk membayar lebih. Setia atau tidaknya konsumen dapat dilihat dari

perilakunya. Dapat dipastikan bahwa pelanggan yang loyal terbentuk dari kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009). Pelanggan yang puas dan memiliki rasa percaya yang tinggi pada perusahaan akan menjadi loyal yang ditunjukkan dengan pembelian ulang produk atau jasa tersebut. Kepuasan konsumen merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas konsumen, karena konsumen yang loyal adalah aset yang paling berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

Menurut Dutka (1994), atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) diantaranya adalah *attributes related to the products*, *attributes related to the service*, dan *attribute related to the purchase*. Penggunaan atribut-atribut tersebut menunjukkan penilaian pelanggan terhadap suatu produk di tinjau dari persepsi pelanggan. *Attributes related to the products*, yaitu atribut-atribut yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh badan usaha. Atribut yang berkaitan dengan produk tersebut meliputi *value-price relationships*, *product quality*, *product benefit*, *product features*, *product design*, *product reliability and consistency*, dan *range of product or service*. *Attributes related to service*, yaitu atribut-atribut yang berkaitan dengan layanan yang diberikan oleh badan usaha. Atribut yang berkaitan dengan layanan meliputi *guarantee or warranty*, *delivery*, *complaint handling*, dan *resolution of problem*. *Attributes related to the purchase*, yaitu

atribut-atribut yang berkaitan dengan pembelian. Atribut yang berkaitan dengan pembelian meliputi *communication, courtesy, ease or convenience acquisition, company reputation, dan company competence.*

Loyalitas konsumen dapat diartikan sebagai sejauh mana seorang pelanggan menunjukkan sikap positif terhadap suatu produk/jasa, mempunyai komitmen pada produk/jasa tertentu, dan berniat terus membelinya dimasa yang akan datang (Moven, 2002). Secara umum loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi konsumen, yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan itu. Loyalitas konsumen diukur melalui atribut *habitual behavior, switching cost, liking of the brand dan commitment.*

Rumah Makan (RM) Mister Sambal berdiri pada tanggal 6 juli 2009. RM. Mister Sambal adalah salah satu usaha dalam bidang kuliner yang berlokasi di Jalan dr. Wahidin Sudirohusodo 88 Bantul, Yogyakarta. Berbagai macam masakan disediakan di RM. Mister Sambal dan yang menjadi menu andalan adalah *special* ayam kampung dan 25 aneka macam sambal. Meskipun usaha ini belum terlalu lama dijalankan, perkembangan RM. Mister Sambal ini cukup pesat. Ini dibuktikan dengan dibukanya cabang baru, yaitu RM. Mister Sambal 2 di Jalan Bantul km. 9,5 Bakalan, Sewon, Bantul

Yogyakarta dan RM. Mister Sambal 3 di Jalan Imogiri, Bantul Yogyakarta. Rumah makan ini mencoba masuk pada persaingan yang sudah ketat dengan merebut pangsa pasar yang sama dengan rumah makan lainnya di Bantul, Yogyakarta. Konsumen dari RM. Mister Sambal makin hari makin bertambah, dan terlihat ada kesetiaan pelanggan rumah makan ini berdasarkan tingkat kepuasan mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan manajemen mengevaluasi keberhasilan dalam mengelola rumah makan menghadapi pesaing yang makin ketat dan agresif.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Hatane Samuel dan Foedjiawati (2005). Dalam penelitian tersebut mengenai Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek pada Restoran *The Prime Steak and Ribs* Surabaya, penelitian tersebut mengukur kepuasan konsumen dengan menggunakan variabel atribut yang berhubungan dengan produk (*attributes related to the products*), atribut yang berhubungan dengan layanan (*attributes related to the service*), dan atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian (*attributes related to the purchase*). Sedangkan kesetiaan merek diukur melalui atribut *habitual behavior*, *switching cost*, *liking of the brand* dan *commitment*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan penilaian yang baik dan terdapat hubungan pengaruh positif yang signifikan antara kepuasan konsumen yang diukur melalui atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan layanan, dan atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian di Restoran *The Prime Steak and Ribs* Surabaya dengan kesetiaan merek.

Mengingat pentingnya tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen maka judul penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah **“Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada RM. Mister Sambal Bantul Yogyakarta”**.

B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut, peneliti mencoba menganalisis permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kepuasan pelanggan yang diukur melalui *attributes related to the products* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada RM. Mister Sambal Bantul, Yogyakarta?
2. Apakah kepuasan pelanggan yang diukur melalui *attributes related to the service* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada RM. Mister Sambal Bantul, Yogyakarta?
3. Apakah kepuasan pelanggan yang diukur melalui *attributes related to the purchase* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada RM. Mister Sambal Bantul, Yogyakarta?
4. Apakah kepuasan pelanggan yang diukur melalui *attributes related to the products, attributes related to the service, dan attributes related to the purchase* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada RM. Mister Sambal Bantul, Yogyakarta?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan yang diukur melalui *attributes related to the products* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada RM. Mister Sambal Bantul, Yogyakarta.
2. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan yang diukur melalui *attributes related to the service* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada RM. Mister Sambal Bantul, Yogyakarta.
3. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan yang diukur melalui *attributes related to the purchase* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada RM. Mister Sambal Bantul, Yogyakarta.
4. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan yang diukur melalui *attributes related to the products, attributes related to the service, dan attributes related to the purchase* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada RM. Mister Sambal Bantul, Yogyakarta.

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat akademis, menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya tentang kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dalam kepustakaan bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian khususnya tentang kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen.
2. Manfaat praktis, berguna untuk memberikan informasi pada RM. Mister Sambal Bantul, Yogyakarta sebagai bahan pertimbangan untuk menjaga kualitas dan strategi bisnis dalam dunia usaha bidang kuliner khususnya di Yogyakarta.