

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam menjalani kehidupan ini, setiap manusia membutuhkan barang dan jasa untuk tetap bertahan hidup. Makanan merupakan kebutuhan yang paling mendasar bagi manusia. Oleh karena itu setiap manusia membutuhkan makanan untuk memenuhi seluruh kebutuhan gizi bagi tubuh mereka. Meningkatnya kebutuhan akan makanan, membuat para pelaku bisnis beramai-ramai membuka bisnis makanan atau kuliner. Bisnis makanan merupakan bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat luas, hal ini mengakibatkan pertumbuhan bisnis makanan di Indonesia masih cukup tinggi.

Bisnis makanan atau kuliner kian marak lantaran memiliki lahan yang cukup potensial dan kreatif dalam pengelolaannya. Berbagai kreasi makanan mulai dari yang unik sampai ekstrem digemari pecinta kuliner Indonesia, termasuk dari segmen makanan tradisional seperti masakan padang. Selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat (Ayodya, 2007). Berdasarkan pada fakta yang di atas, timbul fenomena dimana banyak pengusaha membuka usaha dibidang makanan atau kuliner khususnya di daerah Kabupaten Kebumen. Selain dari nilai investasi yang lebih kecil, juga adanya potensi pasar yang besar. Hal ini mengakibatkan persaingan yang semakin kuat, Rumah Makan Rosya juga dituntut untuk menyusun strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan.

Loyalitas merupakan kunci utama untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin kuat. Menurut Tjiptono (2013:11) bahwa loyalitas konsumen sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Menurut Kartajaya (2013) mengungkapkan loyalitas merupakan komitmen konsumen untuk pemakaian berulang-ulang suatu produk atau pelayanan di masa akan datang dengan merek yang sama.

Bisnis kuliner saat ini banyak diminati oleh para pelaku usaha karena perkembangannya yang cukup signifikan. Menurut BPS, jumlah Restoran/Rumah Makan di kabupaten Kebumen terjadi peningkatan tiap tahunnya, tercatat pada tahun 2021-2023 sebanyak 53 Restoran/Rumah Makan, dan pada tahun 2024 tercatat ada 60 Restoran/Rumah Makan. Salah satu rumah makan yang ada di Kebumen adalah Rumah Makan Rosya. Rumah Makan Rosya telah berdiri dari tahun 1996 dan telah bertahan hingga sekarang, hal ini menunjukkan bahwa Rumah Makan Rosya memiliki pelanggan yang loyal. Untuk mengetahui tingkat loyalitas yang terjadi pada pelanggan Rumah Makan Rosya penulis melakukan wawancara dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel I-1**  
**Hasil Wawancara**

No	Presepsi Konsumen	Jumlah	Presentase
1	Lokasi	16	32%
2	Kualitas Produk/Kualitas makanan	13	26%
3	Harga	11	22%
4	Kualitas Pelayanan	10	20%
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti pada 50 pelanggan Rumah Makan Rosya yang pernah melakukan pembelian minimal 5 kali dalam kurun waktu 3 bulan di Rumah Makan Rosya, 16 dari mereka menyatakan bahwa lokasi di Rumah Makan Rosya cukup luas dan mudah diakses, 13 dari mereka menyatakan kualitas produk/kualitas makanan, 11 dari mereka menyatakan bahwa mereka melakukan pembelian di Rumah Makan Rosya karena harganya yang murah dan 10 dari mereka menyatakan bahwa pelayanan di Rumah Makan Rosya ramah.

Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa yang menjadi faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Rumah Makan Rosya antara lain Lokasi sebesar 32%, kualitas produk sebesar 26%, Harga sebesar 22%, sedangkan kualitas pelayanan sebesar 20%, harga merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan Rumah Makan Rosya.

Berdasarkan mini riset diatas, lokasi memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap loyalitas pelanggan. Lokasi adalah Lokasi menurut

Tjiptono (2015:345) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Sedangkan menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:92) lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi, *et.all* (2022) menyatakan bahwa lokasi memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lokasi tempat berdirinya Rumah Makan Rosya merupakan lokasi yang strategis yakni terletak di Jl. Kutoarjo No.39, Pekisen, Selang, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen, Rumah Makan Rosya memiliki area parkir yang luas, dekat dengan minimarket. Lokasi yang strategis, mudah di jangkau menjadi salah satu keunggulan dari Rumah Makan Rosya untuk menggaet pelanggan baru serta mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berbagai upaya dilakukan oleh Rumah Makan Rosya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, salah satunya dengan cara mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk dalam hal ini adalah cita rasa khas. Kualitas produk merupakan hal yang penting mengingat kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat loyalitas konsumen setelah melakukan pembelian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2010) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan

fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Adistiyan *et.all* (2023) menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Kualitas makanan memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan restoran karena terkait dengan kepuasan konsumen. Konsumen umumnya menilai kualitas makanan berdasarkan atas kesegaran, kesehatan dan penampilan makanan tersebut. Pelanggan yang menerima produk dengan kinerja yang berkualitas, maka dengan demikian ia akan mendapatkan apa yang diharapkan dari produk tersebut. Hal ini berarti bahwa konsumen akan memilih produk dengan kualitas produk yang baik. Kualitas produk yang ada di Rumah Makan Rosya baik, hal ini dapat disimpulkan dari cita rasa di Rumah Makan Rosya tetap terjaga dari dulu, dan rasa yang enak.

Selain variabel lokasi dan kualitas produk yang di duga mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah variabel kualitas pelayanan. Kualitas Pelayanan menurut Kotler dan Keller (2016;156), adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama *et.all* (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang ada di Rumah Makan Rosya baik, hal ini dapat disimpulkan keramahan tamahan pelayanag kepda pelanggan, serta cepat tanggap/ sigap dalam

melayani pelanggan. Rumah Makan Rosya senantiasa mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanannya.

Sejalan dengan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Rumah Makan Rosya dan hasil dari penelitian ini, akan dituangkan dalam penelitian yang berjudul **“Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Rumah Makan Rosya)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang cukup potensial, mengingat makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok. Maraknya bisnis kuliner yang ada membuat para pemilik usaha berlomba-lomba untuk mempertahankan loyalitas dari para pelanggannya tak terkecuali Rumah Makan Rosya. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka pertanyaan penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Rosya
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Rosya?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Rosya?
4. Apakah lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Rosya?

### 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu jauh dan jelas ruang lingkungannya serta supaya lebih terarah, maka dikemukakan pembatasan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Rumah Makan Rosya Kebumen.
2. Responden dibatasi pada Konsumen yang di ambil adalah yang telah melakukan pembelian minimal 5 kali dalam kurun waktu 3 bulan.. Dengan asumsi bahwa akan menjawab secara obyektif pada kuesioner yang sudah di bagikan tentang pengaruh lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

- a. Loyalitas Pelanggan

Menurut Tjiptono (2013:11) bahwa loyalitas konsumen sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Indikator dari loyalitas konsumen menurut Kotler & Keller (2012:57) adalah:

- 1) *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk).
- 2) *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan).
- 3) *Referalls* (merefereasikan secara total eksistensi perusahaan)

- b. Lokasi

Lokasi menurut Aprih Santoso, Sri Yuni Widowati (dalam Gugun, 2015:16) dapat didefinisikan sebagai tempat untuk melaksanakan

kegiatan atau usaha sehari-hari. Indikator dari variabel lokasi adalah sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan.
- 2) Kelancaran.
- 3) Kedekatan dengan kediamannya.

c. Kualitas Produk

Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2010) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk dalam penelitian ini dibatasi pada indikator menurut Khakim (2017) yaitu:

- 1) Warna
- 2) Penampilan
- 3) Porsi
- 4) *Temperature*
- 5) Aroma

d. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Kotler dan Keller (2016;156), adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini dibatasi pada indikator yang dikemukakan oleh Hardiyansyah (2011):

- 1) *Tangibles* (berwujud)
- 2) *Reliability* (kehandalan)
- 3) *Responsiveness* (ketanggapan)
- 4) *Assurance* (jaminan dan kepastian)
- 5) *Empathy* (empati)

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Rosya
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Rosya.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Rosya.
4. Untuk mengetahui apakah lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Rosya.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan pengetahuan dan pengalaman dalam menerapkan teori yang telah diperoleh di bangku kuliah khususnya di bidang manajemen pemasaran mengenai Pengaruh lokasi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk meneliti pengaruh lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

## 2. Manfaat Praktis

Bagi pengelola Rumah Makan Rosya sebagai bahan masukan dan pertimbangan dan masukkan keputusan dibidang pemasaran, pelayanan, dan pengelolaan Rumah Makan.

