

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi dalam era globalisasi menuntut setiap perusahaan baik yang bergerak di bidang industri barang maupun jasa mampu bersaing dengan perusahaan lainya. Salah satu perusahaan industry yang mampu bersaing yaitu industri di bidang kuliner/ Restoran (Tambunan, 2012). Pertumbuhan yang pesat pada industri restoran merupakan sebuah bisnis yang dapat dikatakan sangat menguntungkan, sebab makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia sehingga pemenuhannya menjadi hal mutlak. Pertumbuhan pola makan masyarakat kota yang gemar makan di luar dan jumlah penduduk Indonesia yang besar merupakan daya tarik yang mendorong berbagai kalangan pengusaha untuk melakukan investasi atau diversifikasi bisnis ke bidang restoran (Ayodya, 2007)

Bisnis dibidang kuliner memiliki profit yang besar serta diminati oleh masyarakat di era sekarang ini, Banyak pelaku usaha pada Persaingan bisnis dalam bentuk restoran sekarang ini sangat ketat, karena semua pelaku bisnis berusaha untuk menarik konsumen. Oleh karena itu untuk mencapai keunggulan bersaing tersebut, pemilik bisnis harus mengambil langkah-langkah strategik tersebut untuk mencapai keunggulan biaya, mengarahkan dirinya pada target tertentu (fokus) atau mencapai kekhasan tertentu (*diferensiasi*).

Menurut Porter (2008), strategi bersaing adalah pencarian akan posisi bersaing, yang menguntungkan dalam suatu industri arena fundamental tempat persaingan terjadi. Bisnis yang akan dibuat harus memiliki perbedaan dengan bisnis yang sudah ada. Sebagai pelaku bisnis harus memiliki kreatifitas dan inovasi yang tinggi demi mewujudkan bisnis yang baik. Sebagai pelaku bisnis harus mampu dan berani mengambil resiko serta bertanggungjawab atas bisnis. Setiap bisnis kuliner berlomba-lomba untuk menghasilkan produk makanan yang berkualitas, sebab kualitas yang baik dapat menarik orang untuk dapat membeli produk tersebut.

Perkembangan usaha kuliner di Kabupaten Kebumen sekarang mulai bersaing dengan baik, di Kabupaten Kebumen dari arah timur yaitu pada jalan kutoarjo menuju arah barat menuju kota kebumen merupakan area yang strategis untuk memulai suatu bisnis yang dikombinasikan dengan tempat makan, serta fasilitas lain yang mendukung untuk menjadikan tempat peristirahatan bagi pengendara. Sangat memungkinkan seseorang untuk berhenti beristirahat dan menikmati kuliner yang tersedia. Semakin kesini perkembangan dan persaingan kuliner atau tempat makan di Kabupaten Kebumen mulai pesat. Antar tempat makan satu dengan yang tempat makan lainnya berusaha menciptakan hal yang baru untuk mendukung minat konsumen untuk berkunjung ke restoran/ tempat makan. Definisi restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua pelanggan, baik berupa kegiatan makan maupun minum. Menurut Marsum (2005),

restoran atau yang sering disebut tempat makan adalah sebuah lokasi atau tempat yang menyediakan beberapa menu untuk disajikan dan dinikmati oleh pengunjung, dan didukung dengan beberapa fasilitas

Berdasarkan pengamatan sejak awal buka restoran pada tanggal 16 Juni 2021 hingga sampai sekarang restoran ini adalah salah satu restoran yang masih bisa menjaga pelanggannya dan tetap ramai, dengan kurun waktu 1 tahun MIE KIRO bisa membuka cabang di daerah gombong tepatnya pada tanggal 28 September 2022. Dan dari hasil wawancara saya terhadap manager MIE KIRO pada tanggal 14 Oktober 2023, restoran ini memang memiliki SOP yang salah satunya yaitu mengutamakan pelayanan kepada pelanggan sebagai pendorong terciptanya kepuasan terhadap pelanggan. Namun dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dari ulasan ulasan pelanggan MIE KIRO, pelayanan di MIE KIRO ada yang mendapat respon positif dan memuaskan, namun disisi lain ada juga beberapa pelanggan yang merasa kurang puas terhadap pelayanan tersebut.

Restoran ini berdiri sejak 16 Juni 2021 dan berlokasi di Jalan Kutoarjo, Kebumen, Jawa Tengah. Jam buka restoran ini mulai pukul 10.00 hingga pukul 21.00. MIE KIRO menyediakan beberapa jenis makanan khususnya mie dengan tingkat kepedasan dari level 1 hingga level 10. Wujudnya hampir seperti mie goreng pada umumnya, namun rasanya sedikit berbeda dan lebih enak karena disajikan dengan bumbu khas yang diracik sendiri. Selain menjual mie, restoran ini juga menjual makanan lain seperti dimsum dan aneka minuman.

Berikut ini adalah hasil observasi yang dilakukan oleh penulis kepada 30 Responden yang melakukan pembelian di Restoran MIE KIRO Kabupaten Kebumen.

TABEL I. 1
Hasil Obeservasi di Restoran MIE KIRO Kebumen

Keterangan	Jumlah
<i>Service Quality</i>	9 Responden
<i>Food Quality</i>	8 Responden
<i>Customer Satisfaction</i>	6 Responden
<i>Price</i>	4 Responden
<i>Shop Atmosphere</i>	3 Responden
Jumlah	30 Responden

Sumber, hasil observasi 2024

Berdasarkan hasil observasi di atas yang terdiri dari 30 orang responden memiliki alasan untuk melakukan *Customer Loyalty* terhadap produk MIE KIRO yakni tentang *Service Quality* yang dimasukkan kedalam *Customer Loyalty* sebanyak 9 responden. Responden melakukan *Customer Loyalty* karena pelanggan akan berkunjung Kembali jika *Service quality* yang mereka berikan terhadap konsumen baik sehingga konsumen merasa puas. *Food Quality* 8 responden, pelanggan restoran MIE KIRO menilai makanan-makanannya enak dan disajikan dengan baik oleh karyawan. *Customer Satisfaction* sebanyak 6 responden. Responden merasa *Service Quality* bagus dan rasa yang enak bagi pelanggan sehingga pelanggan merasa puas, beberapa factor lain seperti *Price* dengan 4 responden dan *Shop Atmosphere* dengan 3 responden. *Customer Loyalty* terhadap suatu produk dapat dipengaruhi oleh banyak factor. Beberapa factor seperti *Service Quality*, *Food Quality*,

Customer Satisfaction, Price, dan Shop Atmosphere mempengaruhi *Customer Loyalty*.

Definisi *Customer Loyalty*/ loyalitas pelanggan menurut Hurriyati (2005:129), merupakan komitmen pada konsumen dalam berlangganan kembali, bisa juga dikatakan sebagai pembelian ulang produk dan jasa agar terpilih secara konsisten, meskipun banyak pengaruh situasi atau usaha pemasaran yang disebabkan adanya suatu potensi dalam perubahan pada perilaku konsumen. Dengan demikian, kualitas produk/ pelayanan yang baik akan menciptakan, mempertahankan kepuasan serta menjadikan pelanggan menjadi loyal. Karakteristik pelanggan yang loyal adalah selalu melakukan pembelian ulang secara terus menerus dan kemauan merekomendasikan kepada orang lain. Salah satu factor yang mempengaruhi *Customer Loyalty* adalah *Service Quality*.

Service Quality merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan (Irnandha, 2016). Kualitas Pelayanan/ *Service Quality* adalah keseluruhan tampilan dan karakter dari suatu produk atau jasa berdasarkan kemampuannya untuk memenuhi kepuasan atau memenuhi keinginannya (Kotler, 2003). Kualitas Pelayanan/ *Service Quality* merupakan hal yang paling diutamakan oleh restoran MIE KIRO

dengan pelayanan terbaik dapat menimbulkan kepuasan pada pelanggan dan respon positif sehingga tumbuh rasa loyal terhadap restoran tersebut. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang di berikan maka semakin tinggi pula loyalitas dan penciptaan respon emosi yang positif dari pelanggan (Haryono & Evanita, 2015). Irfan (2018), juga menjelaskan secara parsial pengaruh variabel *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Sehingga apabila *Service Quality* yang di berikan oleh perusahaan secara maksimal akan menimbulkan kepuasan. Hal tersebut berdasarkan dari informasi yang penulis dapatkan dari konsumen Restoran MIE KIRO Kebumen. Faktor selain *Service Quality* yang dapat mengakibatkan *Customer Loyalty* yaitu *Food Quality*.

Food Quality/ kualitas makanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh restoran dikarenakan makanan merupakan produk utama yang ditawarkan oleh restoran kepada konsumen mereka sehingga restoran harus menjaga harapan konsumen mengenai kualitas dari produk yang ditawarkan oleh restoran kepada Konsumen (Walter et al., 2010; Jang and Mankung, 2009). Salsabilah dan Sunarti (2018) menjelaskan bahwa *food quality* adalah sebuah karakteristik yang menggambarkan kualitas dari sesuatu yang disajikan dalam hal ini berupa makanan yang kemudian dapat diberikan penilaian dengan cara melihat poin-poin yang harus dievaluasi bisa melalui gizi dalam suatu makanan, bahan yang dipakai, rasa, dan tampilan dari suatu produk sehingga dapat menciptakan suatu standar produk yang diinginkan. Hal ini membuktikan bahwa *Food Quality*

memegang peranan penting dalam keberlangsungan restoran untuk waktu yang akan datang.

Menurut Idris et al (2019), *Customer Satisfaction*/ kepuasan pelanggan merupakan perasaan suka atau tidak puas (kecewa) yg muncul ketika kesan yang akan terjadi produk dibandingkan menggunakan harapan. Kepuasan pelanggan menjadi pendorong terciptanya loyalitas pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan/ *service quality* yang di berikan maka semakin tinggi pula loyalitas dan penciptaan respon emosi yang positif dari pelanggan (Haryono & Evanita, 2015). Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang di beli, akan menimbulkan kesetiaan pembeli sehingga membuat pembeli melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang.

Seperti yang dikatakan Kotler dan Keller (2006) mengungkapkan bahwa “kunci utama untuk mempertahankan konsumen adalah *customer satisfaction*/ kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan karena penjualan perusahaan disetiap periode berasal dari konsumen baru dan konsumen yang sudah ada. Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari konsumen MIE KIRO salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Restoran MIE KIRO adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, yang diharapkan dapat membuat pelanggan percaya terhadap restoran tersebut dan untuk kembali melakukan transaksi.

Beberapa peneliti terdahulu ada yang mengkaitkan antara *Service Quality*, *Food Quality* dan *Customer Satisfaction* untuk memahami *Customer Loyalty* terhadap pembelian Restoran, dalam penelitian ini ketika variabel independen

berhasil menentukan *Customer Loyalty* mampu membantu peneliti untuk memahami pelanggan pada Restoran MIE KIRO di Kabupaten Kebumen sehingga peneliti mengambil judul “***Service Quality dan Food Quality terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Restoran MIE KIRO di Kabupaten Kebumen***”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang dijabarkan, ada beberapa hal yang menarik untuk diteliti lebih dalam tentang beberapa hal yang membuat Restoran MIE KIRO dapat diterima dengan baik oleh mayoritas masyarakat di Kabupaten Kebumen dalam waktu yang lumayan dekat. Pada penelitian ini menduga adanya beberapa faktor utama yang mempengaruhi *Customer Loyalty* yaitu *Service Quality*, *Food Quality*, *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu, rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah Pengaruh *Service Quality* dan *Food Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening di Restoran MIE KIRO di Kabupaten Kebumen.

Berdasarkan rumusan di atas, maka dapat diajukan pertanyaan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen?

2. Apakah *Food Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah *Food Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen?
5. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen?
6. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening?
7. Apakah *Food Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening?

1.3. Batasan Masalah

1. Berdasarkan beberapa rumusan masalah di atas, maka dalam hal ini permasalahan yang dikaji perlu dibatasi. Pembatasan masalah ini bertujuan untuk memfokuskan penelitian, maka penulis menerapkan batasan masalah sebagai berikut: Penelitian ini dibatasi untuk konsumen MIE KIRO Kebumen yang telah berusia 17 tahun, dengan tujuan usia tersebut mampu memberikan pendapat yang obyektif.
2. Masalah dalam penelitian ini membahas tentang *Service Quality*, *Food Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai

Variabel Intervening. Guna menghindari meluasnya batasan maka, variabel penelitian ini dibatasi pada

a. *Customer Loyalty* (Y)

Menurut Hurriyati (2005:129), *Customer Loyalty* merupakan komitmen pada konsumen dalam berlangganan kembali, bisa juga dikatakan sebagai pembelian ulang produk dan jasa agar terpilih secara konsisten, meskipun banyak pengaruh situasi atau usaha pemasaran yang disebabkan adanya suatu potensi dalam perubahan pada perilaku konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2006) Indikator *Customer Loyalty* terdiri dari:

- a. Pembelian ulang (repeat purchase).
- b. Retensi (retention).
- c. Referensi (sreference).

b. *Service Quality* (X1)

Kualitas Pelayanan/ *Service Quality* adalah keseluruhan tampilan dan karakter dari suatu produk atau jasa berdasarkan kemampuannya untuk memenuhi kepuasan atau memenuhi keinginannya (Kotler, 2003).

Menurut Zithaml, Bitner dan Dwayne (2009), indikator *Service Quality* sebagai berikut :

1. Reliabilitas/ keandalan (*Reliability*)
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Bukti (*Tangibles*)

c. *Food Quality* (X2)

Menurut Salsabilah dan Sunarti (2018), *food quality* adalah sebuah karakteristik yang menggambarkan kualitas dari sesuatu yang disajikan dalam hal ini berupa makanan yang kemudian dapat diberikan penilaian dengan cara melihat poin-poin yang harus dievaluasi bisa melalui gizi dalam suatu makanan, bahan yang dipakai, rasa, dan tampilan dari suatu produk sehingga dapat menciptakan suatu standar produk yang diinginkan.

Menurut Namkung dan Jang (2008), ada empat indikator *food quality*, yaitu sebagai berikut:

1. Rasa makanan (*taste of food*)
2. Tampilan makanan (*food display*)
3. Variasi menu (*menu variations*)
4. Suhu makanan (*food temperature*)

d. *Customer Satisfaction (Z)*

Menurut Idris et al (2019), *Customer Satisfaction* merupakan perasaan suka atau tidak puas (kecewa) yg muncul ketika kesan yang akan terjadi produk dibandingkan menggunakan harapan.

Beberapa indikator pembentuk kepuasan menurut Tjiptono (2014:101) antara lain:

- a. Kesesuaian Harapan (*conformity to expectations*)
- b. Minat Berkunjung Kembali (*interested in visiting again*)
- c. Kesiediaan Merekomendasi (*willingness to recommed*)

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan suatu penelitian merupakan dapat untuk mengidentifikasi atau menggambarkan suatu konsep atau untuk menjelaskan atau memprediksi suatu situasi atau solusi untuk suatu situasi yang mengindikasikan jenis studi yang akan dilakukan menurut (Beckingham, 1974). Tujuan penelitian adalah bagian daripada adanya bentuk pernyataan terkait mengapa riset dijalankan. Sehingga dalam penulisan untuk tujuan penelitian ini sangatlah mungkin dalam mengidentifikasi konsep guna menjelaskan atau memprediksi situasi atau solusi untuk situasi yang menunjukkan jenis studi yang akan dilakukan menurut (Rina Hayati 2021). Berdasarkan pengertian diatas terdapat beberapa tujuan dari penelitian ini yakni:

1. Mengetahui Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen.

2. Mengetahui Pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen.
3. Mengetahui Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen.
4. Mengetahui Pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen.
5. Mengetahui Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen.
6. Mengetahui Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening.
7. Mengetahui Pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada Konsumen MIE KIRO di Kabupaten Kebumen melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah jawaban atas tujuan penelitian yang dibahas dalam hasil penelitian, guna mendapatkan sistem pengetahuan dalam memahami memecahkan, dan mengantisipasi masalah yang sudah dirumuskan di dalam topik penelitian (Sugiono, 2011). Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Dijadikan bahan referensi dan informasi untuk perbandingan dalam melakukan penelitian dalam bidang yang relevan di masa yang akan datang.
- b. Penelitian ini dapat menambah konsep dan teori *Service Quality* dan *Food Quality* Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Praktis

- a. Membantu memberikan informasi tambahan kepada pelaku bisnis, perusahaan yang melakukan bisnis dibidang kuliner dan sejenisnya, terutama bagi perusahaan Restoran MIE KIRO Kebumen tentang beberapa faktor yang mempengaruhi *Customer Loyalty* yakni *Service Quality*, *Food Quality* dan *Customer Satisfaction*.
- b. Memberikan gambaran untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen tentang teori *Service Quality* dan *Food Quality* Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening.