

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan restoran di Surabaya belakangan ini sangat pesat. Surabaya merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan restoran terbesar. Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) mencatat pertumbuhan restoran di Surabaya di tahun 2016 terdapat jumlah restoran di Surabaya untuk segmen menengah ke atas sekitar 600 usaha, dan disegmen menengah kebawah 2.000 usaha. (<http://bisnissurabaya.com>). Bahkan pada 2017 pertumbuhan restoran dikabarkan akan meningkat 20 persen seiring dengan percepatan pembangunan infrastruktur di Jawa Timur khususnya Surabaya.

Banyaknya restoran di Surabaya membuat persaingan bisnis kuliner di Surabaya semakin ketat. Dengan demikian dibutuhkan loyalitas dari konsumen untuk dapat bersaing dengan restoran-restoran lainnya. Seiring berkembangnya zaman, restoran tidak hanya digunakan untuk makan, tetapi juga digunakan untuk tempat berkumpul, tempat meeting, dan tempat istirahat sejenak. Rusman (2015) mengatakan, ada enam kelompok industri penghasil devisa terbesar pada periode Januari-November 2015 yakni industri makanan (23,5%); industri bahan kimia dan barang dari bahan kimia (8,9%); industri logam dasar (8%); industri pakaian jadi (6,6%); industri karet, barang dari karet, dan plastik (6,6%); serta industri komputer, barang elektronik, dan optik (5,5%). (<http://kemenperin.go.id/artikel.com>)

Salah satu restoran makanan yang berkembang saat ini adalah Carls jr. Carl's Jr merupakan restoran yang menyajikan burger berkualitas tinggi. Tidak seperti jaringan restoran *burger* lainnya, semua *burger* yang disajikan oleh Carl's Jr dimasak setelah pemesanan. Hal ini menjadikan *burger* yang disajikan lebih segar, lezat, dan sehat. Bahan yang digunakan juga berkualitas tinggi, adonan daging sapi Carl's Jr berasal dari 100% daging sapi asli tanpa campuran tepung. Carl's Jr juga memiliki teknik panggang spesial pada setiap menunya, yang dinamakan "*charbroiled*". Teknik masak ini memanggang *burger* dari atas dan bawah secara bersamaan, sehingga menghasilkan panggangan sempurna pada setiap sisinya. Dengan memberikan kualitas layanan yang sangat baik akan menarik minat konsumen untuk datang dan makan di Carls Jr.

Carl's Jr juga menghadirkan layanan "*Happy Star Service*" pada setiap gerainya, selain itu Carls Jr juga memiliki promo setiap hari jumat yaitu Friday is freeday yang membuat setiap pelanggan membayar 1 burger untuk 2 burger. Setiap orang akan dilayani oleh layanan yang ramah dan bersahabat. Pengunjung tidak harus meninggalkan mejanya jika konsumen membutuhkan apa pun, para pramusaji Carl's Jr akan melayani mereka. Selain itu Carl's Jr menyediakan *free refill drinks*, yaitu pengunjung dapat selalu mengisi ulang sepuasnya berbagai jenis minuman, diantaranya adalah *ice tea*, *lemon tea*, dan aneka macam *soft drinks*. di Surabaya Carl's Jr terdapat di di Kertajaya Indah no 29, Raya Darmo no 12, dan di Jl.Mayjen Yono Soewoyo, Dukuh pakis Surabaya. (<http://www.mahadasha.co.id>)

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti di Surabaya (2017) dengan 30 konsumen Carl's Jr, sebagai penelitian awal, ditemukan bahwa responden mengaku pernah makan di restoran Carls Jr di Surabaya, sekitar 40% diantaranya mengaku berpindah ke restoran lain karena berpendapat, produk pesaing memiliki harga yang lebih murah, dan 60% diantaranya tetap memilih Carls Jr untuk menjadi restoran pilihan karna pelayanan yang baik. Kondisi ini menarik untuk dilakukan penelitian, yang berkaitan dengan *Customer Loyalty* sebagai masalah penelitian ini. Untuk menciptakan loyalitas dari konsumen, tentunya setiap perusahaan harus tahu faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya.

Mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bayu (2013), dengan variabel yang diteliti pada penelitian tersebut adalah *service quality, customer satisfaction, brand image, dan customer loyalty*. Spesifik karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian adalah orang dari berbagai kelas baik dari kelas bawah, menengah, dan atas serta berumur paling rendah 18 tahun dan mempunyai kendaraan dengan jumlah sampel yang kembali sebanyak 99 responden. Hasilnya adalah bahwa faktor kualitas pelayanan, citra merek, kepuasan pelanggan memiliki kepentingan yang sama untuk loyalitas pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas pelayanan dapat menciptakan kekuatan dari bengkel untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang merupakan salah satu prasyarat untuk menciptakan citra merek yang sangat signifikan untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Pengertian loyalitas pelanggan menurut Widjaja (2008:6) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah kelekatan pelanggan pada suatu merek, toko, pabrikan, pemberi jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik seperti pembelian ulang". Menurut Tjiptono (2012) pelayanan (*service*) dapat dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations*, yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery*, yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*). Setiadi berpendapat (2003) citra merek mengacu pada skema memori akan sebuah merek, yang berisikan interpretasi konsumen atas atribut, kelebihan, penggunaan, situasi, para pengguna, dan karakteristik pemasar atau karakteristik pembuat dari produk atau merek tersebut. Citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek. Tjiptono dan Chandra (2012:57) mengatakan bahwa secara garis besar, kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan penyebaran (*advertising*) dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut dengan istilah gethok tular positif. Kotler dan Keller (2007:177) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, diajukan judul penelitian sebagai berikut : pengaruh *Service Quality*, dan *Brand Image* terhadap

Customer Loyalty melalui *Customer Satisfaction* pada restoran Carls Jr di Surabaya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada restoran Carl's Jr di Surabaya?
2. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada restoran Carl's Jr di Surabaya?
3. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Carl's Jr di Surabaya?
4. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Carl's Jr di Surabaya?
5. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Carl's Jr di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas diperoleh tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada restoran Carl's Jr di Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah *brand image* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada restoran Carl's Jr di Surabaya.

3. Untuk mengetahui apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Carl's Jr di Surabaya.
4. Untuk mengetahui apakah *brand image* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Carl's Jr di Surabaya.
5. Untuk mengetahui apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Carl's Jr di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian maka akan diperoleh manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan bagi mereka yang ingin melakukan penelitian sejenis, terutama tentang pengaruh *service quality*, *brand image*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.

2. Manfaat Praktis

Memberikan gambaran mengenai *service quality*, *brand image*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*, serta pengaruh antar variabel tersebut yang terjadi pada restoran Carl's Jr di Surabaya, serta kemungkinan kebijakan yang dapat dikembangkan oleh restoran atas hasil penelitian ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Penyusunan hasil penelitian ini terdiri dari lima bab yang saling berkaitan, yaitu :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu; landasan teori mengenai: *Service Quality*, *Brand Image*, *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction*; hubungan antar variabel; model penelitian; dan hipotesis penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Berisi tentang jenis penelitian, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, populasi, sampel, teknik dan teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini akan diuraikan mengenai deskripsi data penelitian, analisa data penelitian, dan pembahasan.

BAB 5 : SIMPULAN

Pada bagian ini akan dijelaskan tentang simpulan yang berdasarkan analisa dari bab-bab sebelumnya, dan saran untuk perbaikan.