

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan industri restoran saat ini memiliki peluang dan tantangan usaha yang sangat besar bagi semua industri restoran cepat saji. Kondisi ini menuntut bagi industri restoran tidak hanya memberikan cita rasa yang enak pada makanan, tetapi juga memberikan nilai tambah yang lain agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal yang harus diperhatikan untuk dapat memikat hati para konsumen yaitu harus dapat membuat sesuatu yang berbeda dengan kata lain, dalam industri restoran harus memiliki tema yang kuat, penampilan gedung, hingga menu-menu yang disajikan. (<http://kabarbisnis.com>)

Industri restoran yang ingin berkembang dan memiliki keunggulan kompetitif harus dapat menciptakan suatu inovasi yang baru dan memberikan pelayanan yang baik pada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan akan memberikan dampak yang positif bagi industri restoran. Dengan pelanggan yang merasa puas dengan layanan yang diberikan, maka hal tersebut akan menciptakan pelanggan yang loyal bagi industri restoran. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur menunjukkan, pertumbuhan sektor perdagangan, perhotelan, dan restoran sampai semester I/2010 mencapai sekitar 9,38%. Bisnis restoran memiliki prospektif yang baik dan akan mengalami peningkatan dengan banyaknya mal-mal yang bermunculan. (<http://kabarbisnis.com>)

Semakin berkembangnya jaman, para konsumen yang semakin cerdas dan pintar untuk memilih restoran favorit. Selain memiliki citra rasa yang enak, konsumen juga memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan dan kepuasan yang diterimanya. Pada tahun ini dapat diprediksi pasar kafe dan restoran hanya tumbuh 15%. Selain dipengaruhi banyaknya kenaikan harga bahan pokok, pebisnis juga dihadapkan pada kenaikan tarif sewa outlet sebagai imbas kenaikan tarif tenaga listrik (TTL) yang tinggi. Oleh karena itu hal yang dapat dilakukan sekarang adalah efisiensi tanpa mengurangi kualitas produk dan layanan. (<http://kabarbisnis.com>)

Dengan demikian persaingan yang semakin ketat akan membuat pelaku bisnis berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen, yang bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing dibandingkan dengan para kompetitor yang lain. Kualitas layanan yang memberikan peranan penting dalam industri restoran, disamping memiliki citra rasa masakan yang enak sekalipun. Jika dalam memberikan pelayanan dapat dilakukan secara maksimal maka, akan memberikan kepuasan pada para konsumennya, sehingga tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen. Jika para konsumen puas akan pelayanan yang diberikan, dapat dipastikan akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak berpaling pada kompetitor yang lain.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu restoran, sebab bila memiliki konsumen yang loyal maka, restoran tersebut dapat diterima oleh masyarakat dengan menu-menu masakan yang ditawarkan. Semakin konsumen merasa puas dengan harga dan pelayanan yang diberikan akan menimbulkan kepuasan didalam benak konsumen, sehingga dapat menimbulkan perasaan yang loyal pada restoran tersebut.

Konsumen yang loyal akan memberikan keuntungan yang besar pada restoran, karena konsumen akan melakukan pembelian ulang kembali dan perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari waktu ke waktu.

Kotler (2000:107) mendefinisikan harga adalah jumlah uang yang ditetapkan oleh produk untuk dibayar oleh konsumen atau pelanggan guna menutupi biaya produksi, distribusi dan penjualan pokok termasuk pengembalian yang menandai atas usaha dan resikonya.

Basu Swastha (2005:137) mendefinisikan harga sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapat sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga memiliki sifat hanya sementara, sehingga produsen harus mengikuti perkembangan harga di pasar dan harus mengetahui posisi perusahaan dalam situasi pasar secara keseluruhan.

Zeithaml (1990:19) mendefinisikan kualitas layanan adalah ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi konsumen. Sedangkan menurut Tjipotono (2005, dalam David Harianto dan Dr.Hartono, 2013) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kotler dan Keller (2003:61) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah perbandingan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan pelanggan didefinisikan Rangkuti (2002:30) sebagai respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian..

Kotler (2005:18) mendefinisikan loyalitas pelanggan adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen

pada suatu merek atau perusahaan. Sedangkan Lee dan Cunningham (2001, dalam Sri Wahyuni, 2008) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan sebagai niat pelanggan untuk tetap bertahan menggunakan layanan dari penyedia layanan berdasarkan pengalaman masa lalu dan harapan masa datang.

Mengingat bahwa dari variabel harga (*Price*), kualitas layanan (*Service Quality*), kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*), dan loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*) mempunyai peran yang besar pada restoran Cubo-Cubo. Obyek yang digunakan adalah restoran Cubo-Cubo di Tunjungan Plaza Surabaya dengan pertimbangan bahwa sebagai restoran Jepang pendatang baru dapat dengan cepat diterima oleh seluruh kalangan masyarakat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *price* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya?
2. Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya?
4. Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya?
5. Apakah *price* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya

6. Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah *price* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada restaurant Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya
2. Untuk mengetahui apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada restaurant Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya
3. Untuk mengetahui apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada restaurant Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya
4. Untuk mengetahui apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya
5. Untuk mengetahui apakah *price* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya
6. Untuk mengetahui apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Chubo-Chubo di Tunjungan Plaza Surabaya

### 1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat kepada beberapa pihak sebagai berikut:

- a. Manfaat Akademis

1. Sebagai masukan untuk perusahaan agar dapat menciptakan konsumen yang loyal sehingga konsumen tetap setia pada produk yang ditawarkan pada industry restaurant serta dapat menerapkan strategi perusahaan yang tepat untuk dapat menjadi pangsa pasar
2. Bagi kalangan akademis penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi atau sebagai acuan dalam penelitian lebih lanjut, terutama pada harga (*Price*), kualitas layanan (*Service Quality*), kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) dan loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*)

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan pada harga (*Price*), kualitas layanan (*Service Quality*), kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) dan loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*)

## 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk kemudahan dalam membaca skripsi, maka sistematika yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

### Bab 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

### Bab 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bagian ini berisi penelitian terdahulu, landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, hipotesis dan model analisis.

### Bab 3: METODE PENELITIAN

Bagian ini terdiri dari desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan

sampel, teknik pengambilan data, teknik analisis data, dan prosedur pengujian hipotesis.

#### **Bab 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini terdiri dari deskripsi data, analisis data, dan pembahasan dari hasil pengolahan data yang diperoleh

#### **Bab 5: SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan penutup dari skripsi yang berisi simpulan dan saran sebagai masukan bagi perusahaan