

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian**

Pertumbuhan industri makanan dan minuman di dalam dunia bisnis telah banyak dipengaruhi oleh modernisasi. Pengaruh dari modernisasi tersebut menyebabkan semakin berkembangnya bisnis pada industri makanan dan minuman. Perkembangan tersebut ditandai dengan banyaknya produk makanan dan minuman yang bermunculan dengan menawarkan berbagai kelebihan masing-masing. Bagi produsen hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk makanan dan minuman yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis. Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan mendapat lebih banyak alternatif pilihan produk, harga dan kualitas yang bermacam-macam, sehingga pelanggan akan selalu memilih nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler dalam Aryani dan Rosinta, 2010).

Wisata kuliner menjadi salah satu kegiatan yang paling diminati oleh masyarakat, khususnya di kalangan remaja. Sehingga menjadikan bisnis makanan menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Kebutuhan akan makanan menciptakan persaingan bisnis khususnya di bidang kuliner. Dengan gaya hidup masyarakat yang sudah dipengaruhi oleh arus

globalisasi ini menuntut para pelaku usaha bisnis di bidang kuliner menciptakan berbagai macam produk yang mengikuti trend masa kini. Persaingan pada bisnis kuliner ini ditandai dengan banyaknya kedai-kedai masa kini yang memiliki ciri khas yang dapat menarik para konsumen.

Perkembangan bisnis kuliner di Kabupaten Karangasem terus mengalami peningkatan sehingga untuk mempertahankan para pelanggan maka para pelaku bisnis kuliner ini dituntut untuk meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan serta memberikan harga yang kompetitif sesuai dengan para pesaing. Salah satu usaha kuliner yang cukup dikenal oleh kalangan masyarakat di Kabupaten Karangasem khususnya di Kecamatan Bebandem dan Kecamatan Karangasem adalah Kedai Kebab Turkey yang beralamat di Jalan Nenas, Lingkungan Telaga Mas, Desa Subagan, Kecamatan Karangasem. Kedai Kebab Turkey sendiri didirikan pada tahun 2016 oleh Muhammad Husain. Adapun produk yang dijual oleh Kedai Kebab Turkey ini adalah aneka makanan dan minuman. Menu makanan yang dijual adalah Kebab, Burger dan Sosis Kentang. Dan menu minuman yang tersedia adalah Milo Cincau, Cappucino Cincau dan Aneka Jus. Seiring berjalannya waktu, Kedai Kebab Turkey mengalami penurunan penjualan dibandingkan dengan usaha Kedai Kebab yang menjual produk yang sejenis. Data penjualan dari Kedai Kebab Turkey dan Kedai Kebab Hasan yang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1  
 Penjualan Kedai Kebab Turkey dan Kedai Kebab Hasan  
 Periode: Juli 2020 s/d September 2020

Produk	Periode Penjualan		
	Juli (Rp)	Agustus (Rp)	September (Rp)
Kedai Kebab Turkey	90.530.000,-	85.330.000,-	83.450.500,-
Kedai Kebab Hasan	90.670.000,-	92.545.000,-	93.100.000,-

Sumber: Kedai Kebab Turkey dan Kedai Kebab Hasan

Dari paparan data penjualan pada Tabel 1.1 di atas menunjukkan terjadinya penurunan setiap bulannya pada penjualan Kedai Kebab Turkey Telaga Mas, Karangasem. Di mana pada bulan Juli ke Agustus terjadi penurunan penjualan sebesar 5,74% dan dari bulan Agustus ke September terjadi penurunan kembali sebesar 2,20%. Penurunan penjualan tersebut dipengaruhi oleh kualitas produk yang kurang baik dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan juga masih kurang ramah tetapi harga yang diberikan juga sesuai dengan para pesaing. Sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan berdampak pada loyalitas pelanggan dimana loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk terus membeli di satu tempat.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi sehingga

menyebabkan perubahan perilaku (Hurriyati, 2005). Menurut Kotler dan Keller (2012) terdapat tiga indikator loyalitas pelanggan diantaranya : (1) *Repeat Purchase* (Kesetiaan pembelian terhadap produk), (2) *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan), dan (3) *Referrals* (Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan). Berdasarkan observasi awal dapat diperoleh data dari 10 responden tentang loyalitas pelanggan di Kedai Kebab Turkey seperti pada Tabel 1.2

Tabel 1.2  
Observasi Awal Variabel Loyalitas Pelanggan

NO	Skor Loyalitas Pelanggan			TOTAL	KATEGORI
	Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>		
1	3	3	2	8	Sedang
2	3	2	2	7	Rendah
3	3	3	3	9	Sedang
4	2	2	2	6	Rendah
5	1	3	3	7	Rendah
6	2	2	2	6	Rendah
7	3	3	2	8	Sedang
8	2	2	1	5	Rendah
9	3	3	2	8	Sedang
10	2	2	2	6	Rendah
Jumlah	24	25	21	70	Rendah

Sumber Lampiran 04

Dari Tabel 1.2 menunjukkan penilaian konsumen terhadap variabel loyalitas pelanggan pada Kedai Kebab Turkey yang tergolong rendah. Indikator *retention*

(Ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan) yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap loyalitas pelanggan. Rendahnya loyalitas pelanggan ini disebabkan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kebab Turkey masih kurang baik serta harga yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang didapatkan oleh pelanggan sehingga pelanggan merasa tidak terpuaskan dan memilih beralih pada kedai lain yang sejenis. Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Schultz (dalam Suwandi 2015) menyatakan bahwa pelanggan yang merasa terpuaskan oleh suatu produk atau pelayanan maka akan membentuk perilaku loyal yaitu pembelian berulang dan juga bersedia menyampaikan hal positif dari mulut ke mulut.

Kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri dari barang dan jasa yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk (Kotler dan Armstrong, 2008). Menurut Hansen dan Mowen (2005), kualitas produk adalah proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu barang atau jasa. Semakin tingginya tingkat kualitas produk maka para pelanggan akan semakin puas dengan produk yang dijual sehingga para konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Pernyataan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Siregar dan Fadillah (2017) dengan judul penelitian Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan yang hasilnya menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Kampoeng Deli Medan. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian

yang dilakukan oleh Sembiring, Suharyono dan Andriani (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonald's. Haryono Malang dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas produk terbukti memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2012) terdapat sembilan indikator kualitas produk yaitu : (1) bentuk, (2) fitur, (3) kualitas kinerja, (4) kesan kualitas, (5) ketahanan, (6) keandalan, (7) kemudahan perbaikan, (8) gaya, dan (9) desain. Berdasarkan observasi awal dapat diperoleh data dari 10 responden tentang kualitas produk di Kedai Kebab Turkey seperti pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3  
Observasi Awal Variabel Kualitas Produk

Nomor	Skor Kualitas Produk									Total	Kategori
	X <sub>1.1</sub>	X <sub>1.2</sub>	X <sub>1.3</sub>	X <sub>1.4</sub>	X <sub>1.5</sub>	X <sub>1.6</sub>	X <sub>1.7</sub>	X <sub>1.8</sub>	X <sub>1.9</sub>		
1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	19	Rendah
2	1	2	3	2	1	2	3	1	2	17	Rendah
3	2	1	3	2	1	2	3	4	3	21	Sedang
4	2	3	3	1	2	2	3	2	1	19	Rendah
5	2	3	3	4	2	1	3	2	3	23	Sedang
6	4	2	2	3	4	2	2	3	2	25	Sedang
7	2	3	1	4	2	2	3	2	1	20	Rendah
8	3	2	1	4	2	3	2	2	1	20	Rendah
9	2	3	4	3	4	2	2	4	3	27	Tinggi
10	3	4	1	3	4	3	2	1	2	23	Sedang

Total	23	25	24	28	24	20	25	23	21	214	Rendah
-------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	--------

Sumber Lampiran 04

Dari Tabel 1.3 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk pada Kedai Kebab Turkey tergolong rendah. Indikator kesan kualitas pada produk Kedai Kebab Turkey merupakan indikator yang paling besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra (dalam Widiaswara dan Sutopo 2017) salah satu manfaat kualitas superior yaitu loyalitas pelanggan lebih besar.

Selain variabel kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting terhadap pelanggan dalam melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Tjiptono (2008) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah tingkat kelebihan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat kelebihan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan yang baik akan memberikan kenyamanan bagi pelanggan, sehingga dengan adanya kenyamanan tersebut pelanggan akan bersedia melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2105) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pelanggan Speedy Telkom di Kota Surabaya). Dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Normasari, Kumadji dan Andriani (2013) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra

Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan ( Survei Pada Tamu Pelanggan Yang Menginap di Hotel Pelangi Malang) dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2012) terdapat lima indikator pada kualitas pelayanan diantaranya : (1) *tangibility*, (2) *reliability*, (3) *responsiveness*, (4) *assurance*, dan (5) *empathy*. Berdasarkan observasi awal dapat diperoleh data dari 10 responden tentang kualitas pelayanan di Kedai Kebab Turkey seperti pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4  
Observasi Awal Variabel Kualitas Pelayanan

No	Skor Kualitas Pelayanan					TOTAL	KATEGORI
	X <sub>2.1</sub>	X <sub>2.2</sub>	X <sub>2.3</sub>	X <sub>2.4</sub>	X <sub>2.5</sub>		
1	3	2	4	1	2	12	Sedang
2	2	4	2	3	2	13	Sedang
3	2	3	1	2	2	10	Rendah
4	4	2	1	2	3	12	Sedang
5	2	3	2	3	1	11	Rendah
6	4	2	1	3	2	12	Sedang
7	3	2	1	2	2	10	Rendah
8	4	2	2	2	1	11	Rendah
9	2	2	3	2	2	11	Rendah
10	3	2	1	2	2	10	Rendah
Total	29	24	18	22	19	112	Rendah

Sumber Lampiran 04

Dari Tabel 1.4 menunjukkan variabel kualitas pelayanan tergolong dalam kategori rendah. Indikator *tangibility* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap



loyalitas pelanggan pada Kedai Kebab Turkey. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Cronin dan Taylor (dalam Sondakh 2014) semakin tinggi tingkat pelayanan yang diberikan dan dirasakan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang kemudian akan menghasilkan sebuah loyalitas pelanggan.

Selain variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan, harga juga akan menjadi faktor pertimbangan pelanggan sebelum melakukan keputusan pembelian. Hal ini disebabkan harga merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen, sehingga konsumen tersebut tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan (Fahmi, 1999). Harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen (Saladin, 2008). Menurut Oliver (1997), bahwa harga dinilai oleh konsumen disebabkan oleh pelayanan yang diterima oleh pelanggan yang bisa menimbulkan rasa puas atau tidak puas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hengestu dan Iskandar (2017) dengan judul Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan. Yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bulan (2016) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Tiki Jalur Nugaraha Ekakurir Agen Kota Langsa dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008 : 278) terdapat empat indikator harga diantaranya : (1) keterjangkauan harga, (2) kesesuaian harga dengan kualitas produk, (3) daya saing harga, dan (4) kesesuaian harga dengan manfaat. Berdasarkan obsevasi awal dapat diperoleh data dari 10 responden tentang harga di Kedai Kebab Turkey seperti pada Tabel 1.5.

Tabel 1.5  
Observasi Awal Variabel Harga

Nomor	Skor Harga				TOTAL	KATEGORI
	(X <sub>3.1</sub> )	(X <sub>3.2</sub> )	(X <sub>3.3</sub> )	(X <sub>3.4</sub> )		
1	2	3	1	2	8	Rendah
2	3	2	2	3	10	Sedang
3	3	2	2	2	9	Sedang
4	4	2	1	2	9	Sedang
5	2	3	2	1	8	Rendah
6	2	2	2	2	8	Rendah
7	2	3	1	1	7	Rendah
8	2	3	3	3	11	Sedang
9	3	2	3	2	10	Sedang
10	3	2	2	1	8	Rendah
Total	26	24	19	19	88	Rendah

Sumber Lampiran 04

Dari Tabel 1.5 menunjukkan variabel harga tergolong kategori rendah. Indikator keterjangkauan harga dengan kualitas produk merupakan indikator yang paling besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kebab Turkey. Hal ini

sejalan dengan teori dikemukakan oleh Tjiptono dalam Nurhayati (2011) harga memiliki hubungan yang erat dalam menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perlu adanya penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kebab Turkey Telaga Mas, Karangasem”. Penelitian di atas mengambil data penjualan periode Juli sampai September pada tahun 2020.

## **1.2 Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut.

- (1) Terjadi penurunan penjualan setiap bulannya dari bulan Juli sampai September 2020 dikarenakan kurang loyalnya para pelanggan di Kedai Kebab Turkey.
- (2) Adanya penurunan penjualan di setiap bulannya mencerminkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan di Kedai Kebab Turkey masih perlu ditingkatkan.
- (3) Semakin ketatnya persaingan bisnis makanan menyebabkan pemilik usaha Kedai Kebab Turkey selalu meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayan tetapi dengan memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan harga pesaing.
- (4) Tingkat kepuasan yang didapat oleh pelanggan diduga dapat mempengaruhi emosional pelanggan sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan di Kedai Kebab Turkey.

- (5) Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kebab Turkey tidak sesuai dengan biaya dikeluarkan oleh pelanggan.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah pada Kedai Kebab Turkey Telaga Mas, Karangasem maka penulis hanya memfokuskan melakukan penelitian mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel bebas yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

### **1.4 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (1) Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan serta harga terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kebab Turkey Telaga Mas, Karangasem?
- (2) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kebab Turkey Telaga Mas, Karangasem?
- (3) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kebab Turkey Telaga Mas, Karangasem?
- (4) Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kebab Turkey Telaga Mas, Karangasem.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Dari uraian rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh.

- (1) Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kebab Turkey Telaga Mas, Karangasem.
- (2) Kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kebab Turkey Telaga Mas, Karangasem.
- (3) Kualitas pelayanana terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kebab Turkey Telaga Mas, Karangasem.
- (4) Harga terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kebab Turkey Telaga Mas, Karangasem.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat Teoritis dan manfaat Praktis.

##### **(1) Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi media untuk menambah wawasan dan mempermudah pemahaman tentang ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran dalam hal ini yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga terhadap loyalitas pelanggan.

##### **(2) Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian diharapkan nantinya dapat digunakan oleh pemilik Kebab Turkey Telaga Mas, Subagan, Karangasem sebagai acuan pertimbangan dalam melakukan strategi pemasaran, dalam hal ini yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan.