BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan. Dalam menikmati makanan itu setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut bisa dengan memilih restoran yang mahal dengan pelayanan mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di restoran yang mewah itu.

Disamping itu, ada pula yang lebih cenderung memilih restoran yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan daripada makan makanan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih restoran biasa namun menghidangkan menu yang lezat sesuai dengan selera mereka. Dan juga disesuaikan dengan kemampuan ekonomi mereka.

Perkembangan restoran di era globaliasasi ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis restoran semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar

tidak kalah bersaing. Dalam meningkatkan persaingan masing-masing restoran harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik yang berbeda dengan restoran lainnya dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah, serta dengan pelayanan yang memuaskan untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Menurut data dari *Official Site of Bandung Tourism Office* di Bandung saat ini mempunyai 472 Restoran dan 14 Bar. Hal ini menunjukan bahwa industri restoran di Kota Bandung mempunyai jumlah yang tinggi dan dapat menjadi bisnis yang menguntungkan, baik untuk pebisnis, wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung, maupun pemerintah.

Faktor yang menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam memilih restoran dan rumah makan tersebut adalah produk, pelayanan, dan citra perusahaan yang ditawarkan. Produk mencerminkan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan, pelayanan merupakan jasa yang diberikan oleh restoran dengan persepsi kualitas pelayanan para karyawannya, sedangkan citra perusahaan mencerminkan persepsi pelanggan terhadap perusahaan dan diharapkan konsumen akan kebal terhadap produk pesaing.

Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung memang bukanlah rumah makan yang besar dan mewah, namun rumah makan ini menawarkan menu khas sunda dengan rasa spesial yang menjadi produk unggulannya. Pelanggan yang datang kebanyakan adalah orang yang sudah mengetahui keberadaan Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung dan sering makan di restoran tersebut.

Loyalitas konsumen bisa diartikan sebagai kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Semakin konsumen puas akan suatu produk baik kualitas barang, pelayanan, dan citra perusahaan yang dimiliki suatu perusahaan, semakin ingin konsumen untuk mengkonsumsi produk yang yang pernah dikonsumsinya. Hal ini tentu saja dapat diperoleh dari pengalaman konsumen sendiri ataupun dari kerabat yang pernah mengkonsumsi suatu produk yang sama.

Untuk memenangkan persaingan diperlukan strategi yang jitu, salah satu strategi yang dapat ditempuh yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik yang diberikan Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung kepada konsumen. Membangun citra yang baik dimata konsumen maupun publik. Pembangunan citra yang baik merupakan faktor penting dalam mencapai keberhasilan pemasaran jangka panjang.

Munculnya beberapa restoran saat ini membuat perusahaan perlu untuk terus menumbuhkan citra yang baik agar konsumen dan publik mempunyai gambaran yang baik terhadap perusahaan atau produknya. Hal ini mengingat citra sebuah produk mempengaruhi perilaku konsumen khususnya loyalitas konsumen yang terwujud dalam keinginan membeli ulang dan niat merekomendasikan kepada orang lain.

Namun dewasa ini Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung mempunyai permasalahan mengenai kualitas pelayanan yang menurun. Hal ini di sebabkan tingginya permintaan dari konsumen yang datang. Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung kurang bisa mempertahankan kualitas pelayanan mereka. Hal ini ditandai dengan karyawan

yang kurang cepat dalam menyajikan makanan yang dipesan oleh konsumen. Kemudian kerapihan karyawan yang kurang disaat-saat tertentu, misal saat makan siang datang. Dimana saat kosumen sedang banyak-banyaknya yang berdatangan. Padahal salah satu dimensi dasar yang digunakan konsumen dalam menilai kualitas jasa adalah (*tangibles)* atau penampilan fisik kemudian *(responsiveness)* k*e*inginan untuk membantu pelanggan dengan menyediakan pelayanan yang tepat waktu. Hal ini membuat konsumen merasa terganggu.

Dengan kualitas pelayanan yang menuruh hal itu berdampak kepada persepsi konsumen tentang citra perusahaan. Yang membuat reputasi perusahaan kurang baik dimata konsumen. Ditambah lagi bila mengingat jumlah restoran-restoran yang sejenis dengan Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 yang jumlahnya banyak di Bandung. Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 belum terlalu banyak orang atau masyarakat yang mengenalnya atau *(recognition)* atau pengenalan terhadap perusahaan yang masih kurang.

Berikut ini tabel survei awal yang dilakukan penulis, setelah bertanya kepada 30 konsumen yang sering mengunjungi Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung.

Tabel 1.1
Survei Awal

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Baik	Kurang Baik
1	Perusahaan memberikan pelayanan yang baik	17	13
2	Kerapihan karyawan yang dimiliki perusahaan	15	15
3	Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	20	10

4	Kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen	12	18
5	Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	14	16
6	Keramahan karyawan dalam melayani konsumen	15	15
7	Perusahaan sudah terkenal	10	20
8	Perusahaan memiliki citra yang baik	12	18
9	Memberi referensi kepada oranglain	12	18
10	Menunjukan kekebalan daya tarik kepada pesaing	14	16
Jumlah		141	159

Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian

Dari tabel survei awal diatas menunjukan konsumen yang kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Serta kurangnya pengenalan konsumen terhadap perusahaan bila dibanding pesaing yang sejenis yaitu restoran-restoran yang menyajikan menu khas sunda. Dan loyalitas konsumen yang belum terlalu kuat karena tingkat kekebalan kepada pesaing tinggi.

Hal ini memperlihatkan bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, juga seberapa besar konsumen atau masyarakat mengenal atau mengetahui keberadaan Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung dan tingkat loyalitas dari konsumen.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor yang membentuk citra perusahaan untuk menciptakan loyalitas pada produk Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung Oleh karena itu penulis mengambil judul:

"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan (Corporate Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung".

1.2. Identifikasi Dan Rumusan Masalah

Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang penelitian. Serta untuk memberi batasan terhadap permasalahan yang akan dibahas, maka identifikasi masalah yang ditetapkan sebagai berikut :

Banyak konsumen yang merasa Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung masih kurang dalam kualitas pelayanan yang diberikan, serta tingkat dikenalnya perusahaan yang masih kalah jika dibanding restoran-restoran sejenis yang menyajikan menu khas sunda. Dan seberapa besar konsumen akan merekomendasikan Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung kepada orang lain.

Rumusan masalah

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang Kualitas Pelayanan Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang Citra Perusahaan Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung
3. Bagaimana Loyalitas Konsumen di Citra Perusahaan Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung
4. Seberapa besar pengaruh secara parsial dan simultan Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen di Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data sebagai sumber informasi untuk diolah dan dianalisis, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari peneliti ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang Kualitas Pelayanan Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang Citra Perusahaan Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung
3. Untuk mengetahui Loyalitas Konsumen di Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsilan dan simultan Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen di Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian itu nantinya diharapkan bisa bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berhubungan dengan topik yang penulis angkat, dan diharapkan bisa menjadi referensi untuk menghasilkan data yang lebih sempurna lagi. Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan sebagai berikut :

a. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

   Diharapkan dapat menyumbangkan gagasan pemikiran kepada perusahaan dalam menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

2. Bagi pihak terkait

   Diharapkan dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan bahan pertimbangan lainnya yang mungkin digunakan untuk penelitian lebih lanjut khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan (corporate image) untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

3. Bagi peneliti lain

   Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dan perbandingan untuk peneliti lainnya.

b. Kegunaan Akademik

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan penulis sendiri untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan yang ada terutama mengenai kualitas pelayanan dan citra perusahaan (*corporate image*) dan untuk melihat sejauhmana terdapat kesesuaian antara teori yang ada dan kenyataan yang sesungguhnya.

1. Bagi penulis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan penulis dalam membandingkan teori dan terciptanya kualitas

pelayanan dan citra perusahaan (*corporate image*) terhadap loyalitas konsumen.

2. Bagi peneliti lain

   Penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan dan citra perusahaan (*corporate image*) terhadap loyalitas konsumen.

3. Pengembangan ilmu manajemen

   Penelitian ini dapat memberikan sumber pemikiran guna mengambil keputusan mengenai kualitas pelayanan dan citra perusahaan (*corporate image*) terhadap loyalitas konsumen. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai pengujian referensi teori pemasaran dengan permasalahan serta langkah-langkah pemecahan permasalahannya.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dimana penulis memperoleh serta mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan yaitu Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Cabang Jl. Natuna No.29 Bandung

Tabel 1.2. Waktu Penelitian

No	Jadwal / Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																			
2	Pencarian Data		■	■	■	■															
3	Pengolahan Data				■	■															
4	Penulisan laporan				■	■	■	■	■	■											
5	Sidang UP										■										
6	Revisi											■	■								
7	Melanjutan Penulisan Laporan													■	■	■	■	■	■		
8	Sidang Akhir																			■	■