BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Walaupun umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga rumah makan yang menyediakan layanan take-out dining dan delivery service untuk melayani konsumennya.

Usaha Rumah Makan adalah suatu usaha yang dinyakini sebagai salah satu bentuk usaha ekonomi yang memiliki prospek cukup bagus, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Namun sering kali ada usaha yang terjadinya suatu gulung tikar akibat tidak mampu mempertahankan jumlah pengunjungnya. Menyebutkan bahwa terjadinya suatu kesuksesan usaha dibidang pelayanan makanan dan minuman ini tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengunjungnya, tetapi ditentukan oleh kemampuan meningkatkan pertumbuhan pelanggannya.

Bisnis kuliner (makanan) menjadi ladang bisnis yang menarik minat banyak orang. Hal ini disebabkan peluang bisnis pada sektor makanan lumayan menggiurkan. Selagi manusia masih membutuhkan makanan maka peluang bisnis di sektor makanan sangat terbuka. Belum lagi aktivitas manusia yang tidak puas dengan memasak sendiri tetapi ingin membeli makanan yang sudah jadi. Dalam

penulisan penelitian ini, penulis memberikan sebuah contoh rumah makan yang bernama Warung Mumunggang.

Warung Mumunggang merupakan nama salah satu tempat makan yang berada di kawasan puncult atas, kec. Lembang, Kab. Bandung Barat. Warung Mumunggang merupakan sebuah rumah makan yang menjual makanan dan minuman menu utamanya adalah ayam bakar.

Tabel 1.1

Rata-rata Pengunjung Warung Mumunggang

Pada Bulan September 2015 – Februari 2016

BULAN	PENGUNJUNG
SEPTEMBER	**2125**
OKTOBER	**3323**
NOVEMBER	**4455**
DESEMBER	**6167**
JANUARI	**3609**
FEBRUARI	**2232**
RATA – RATA	**3652**

Faktor lokasi merupakan faktor yang penting yang harus diperhatikan khususnya pada usaha ini, yang dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Faktor lokasi ini mencakup potensi pasar, kondisi lingkungan di sekitar wilayah Warung Mumunggang, kelancaran arus transportasi, fasilitas parkir yang tersedia

dan sebagainya. Di bawah ini merupakan survey awal, survey ini mempunyai tujuan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan Warung Mumunggang dengan rumah makan lain nya menurut konsumen. Hal tersebut dapat dijelaskan pada **Tabel 1.2 Data Survei Awal pelayanan prima di Warung Mumunggang** :

Tabel 1.2

Data Survei Awal pelayanan prima di Warung Mumunggang

NO	PERTANYAAN	YA %	TIDAK %
1	Apakah anda merasa puas dengan pelayanan di Warung Mumunggang ?	**11** **33%**	**19** **67%**
2	Apakah segala kebutuhan anda terpenuhi dengan baik di Warung Mumunggang	**10** **20%**	**20** **80%**

Berdasarkan **Tabel 1.2 data survey pelayanan prima di Warung Mumunggang** telah dilakukan kepada 30 responden, diperoleh hasil 67% dari responden yang tidak puas dengan pelayanan di Warung Mumunggang, responden merasa tidak puas dengan pelayanan nya di karenakan kurangnya respon cepat dalam pemesanan serta ketepatan dalam order. Hal tersebut menunjukkan bahwa Warung Mumunggang masih belum menguasai teknik pelayanan yang baik serta bisa memuaskan konsumen dan 80% dari responden yang tidak terpenuhi

kebutuhan nya dengan baik dikarenakan ada beberapa order keliru dengan apa yang di order

Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang di lakukan oleh peneliti pada rumah makan Bancakan, responden memberikan penilaian baik terhadap pernyataan, untuk menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 63,4% yang setuju dan 77% semua kebutuhan terpenuhi dengan baik.

Hal yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yaitu adanya pelayanan yang prima kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dan dapat terpenuhi semua kebutuhan nya.

Tabel 1.3

Data Survei Awal Eksperiental Marketing di Warung Mumunggang

NO	PERTANYAAN	YA %	TIDAK %
1	Menurut anda berhasilkah Warung Mumunggang menerapkan konsep pemasaran berdasarkan pengalaman?	**7** **24%**	**23** **76%**
2	Apakah anda tertarik dengan produk Warung Mumunggang?	**12** **35%**	**18** **65%**

Berdasarkan **tabel 1.3 data survey awal Eksperiental Marketing di Warung Mumunggang** telah dilakukan kepada 30 responden, diperoleh hasil sebesar 76% dari responden yang menyatakan Warung Mumunggang tidak berhasil dalam menerapkan konsep pemasaran berdasarkan pengalaman yang dapat menjadikan pelanggan loyal dan 65% tidak tertarik dengan prodik di Warung Mumunggang dikarenakan kurang nya pengenalan produk

Hal ini berbanding terbalik dengan yang di teliti peneliti pada rumah makan Bancakan sebanyak 77% eksperiental marketing berhasil menjadikan responden menjadi loyal. Oleh karena itu konsep eksperiental marketing sangat berpengaruh terhadap pemasaran dan 70% tertarik dengan produk apa yang peneliti tawarkan.

Tabel 1.4

Data Survei Awal Loyalitas di Warung Mumunggang

NO	PERTANYAAN	**RESPONDEN**	
		YA	**TIDAK**
1	Apakah anda akan melakukan pembelian ulang di Warung Mumunggang?	**10** **33%**	**20** **67%**
2	Apakah anda akan berpindah ke tempat lain ?	**9** **27%**	**21** **73%**

Berdasarkan **tabel 1.4 data survey awal Loyalitas di Warung Mumunggang** telah dilakukan kepada 30 responden, diperoleh hasil sebesar 67% responden menyatakan bahwa tidak akan melakukan pembelian ulang dikarenakan

masih banyak tempat yang lebih baik dari Warung Mumunggang tersebut, Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa para responden yang ada di Warung Mumunggang tersebut masih memilih mana yang terbaik, sehingga menyebabkan kurang maksimalnya responden yang akan melakukan pembelian ulang di Warung Mumunggangn dan 73% akan berpindah ke tempat lain dikarenakan kurang nya pendekatan dan kepuasan konsumen

Hal ini berbanding terbalik dengan yang di teliti oleh peneliti pada rumah makan Bancakan, sebanyak 85% responden akan melakukan pembelian ulang padasaat responden merasa puas dengan adanya pelayanan yang terbaik dan 71% responden tidak akan berpindah tempat, dikarenak sudah merasa nyaman dan puas dengan pelayanan nya.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang diatas tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan dan pemasaran terhadap loyalitas konsumen , untuk itu peneliti mengambil judul penelitian, "**Pengaruh Pelayanan Prima dan Eksperiental Marketing Terhadap Loyalitas (studi kasus pada Warung Mumunggang)"**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Warung Mumunggang belum menguasai teknik pelayanan yang baik , sehingga konsumen merasa tidak puas atas pelayanannya
2. Warung Mumunggang masih sulit mendapatkan pelanggan yang loyal dikarenakan belum menerapkan strategi eksperiental marketing dengan menyentuh emosi pelanggan agar mendapatkan feel yang positif

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai pelayanan prima pada Warung Mumunggang?
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai eksperiental marketing pada Warung Mumunggang?
3. Bagaimana tanggapan konsumen tentang loyalitas pada Warung Mumunggang?
4. Seberapa besar pengaruh pelayanan prima dan eksperiental maketing terhadap loyalitas untuk membeli pada Warung Mumunggang baik secara simultan maupun secara pasrsial?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data – data bahan yang di perlukan sebagaimana yang di gambarkan dalam perumusan masalah mengenai Pengaruh Pelayanan Prima dan Eksperiental Marketing terhadap Loyalitas di Warung Mumunggang.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang Pelayanan Prima di Warung Mumunggang
2. Untuk Mengetahui tanggapan konsumen tentang Eksperiental Marketing di Warung Mumunggang
3. Untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang Loyalitas untuk membeli di Warung Mumunggang
4. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Pelayanan Prima dan Eksperiental Marketing terhadap Loyalitas baik secara simultan maupun secara parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Peneliti ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu terkait.
2. Penulis mendapatkan wawasan dan pengalaman baru dalam penelitian ini.
3. Penulis diharapkan dapat menerapkan ilmu yang di dapat dari perkuliahan dan dari perusahaan

1.4.2 Kegunaan Akademis

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam memahami pelayanan yang prima dengan baik, pengalaman pemasaran dan loyalitas terhadap pelanggan dengan bijak

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan selama pembuatan laporan penelitian ini, penulis melakukan penelitian di Warung Mumunggang yang beralamat di kawasan puncult atas, kec. Lembang, Kab. Bandung Barat

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai pada bulan Maret 2016 sampai dengan Agustus 2016. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti membuat rencana jadwal penelitian yang dimulai dengan tahap persiapan sampai ketahap akhir yaitu pelaporan hasil penelitian.

Tabel 1.5

Tabel Jadwal Penelitian dan Pengumpulan Data

Tahap	Prosedur		Bulan					
		Februari 2016	Maret 2016	April 2016	Mei 2016	Juni 2016	Juli 2016	Agustus 2016
I	**Tahap Persiapan:**							
	1. Menentukan tempat penelitian							

	2. Meminta surat pengantar ke perusahaan							
	3. Membuat proposal UP							
	4. Bimbingan dengan dosen pembimbing							
II	**Tahap Pelaksanan:**							
	1. Mengajukan outline dan proposal UP							
	2. Seminar UP							
	3. Revisi UP							
	3. Pengumpulan data							
	4. Analisis							
	5. Menulis Draf Skripsi							
III	**Tahap Pelaporan:**							
	1. Menyiapkan Draft Skripsi							
	2. Sidang akhir skripsi							
	3. Penyempurnaan laporan skripsi							
	4. Penggandaan Skripsi							