

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa yang dijual untuk memenuhi segala kebutuhannya. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif. Selain itu dunia usaha yang semakin maju lewat sosial media akan menyebabkan peran pemasaran sangat penting dalam menunjang kemajuan usaha, yaitu sebuah usaha yang memiliki nama *Ricebowl* Trenggalek. Nama *Ricebowl* Trenggalek ini terinspirasi dari makanan di Korea yang kebanyakan penyajiannya menggunakan mangkuk. Arti nama dari *Ricebowl* Trenggalek itu sendiri adalah *Ricebowl* (nasi dimangkuk) dan Trenggalek nama kota tempat makanan ini dipasarkan. Di kota Trenggalek belum ada makanan yang cara pengemasannya dalam *bowl*, selain itu juga rasa yang unik dan penampilan yang menarik membuat konsumen tertarik untuk mencobanya. Banyak juga varian menu yang disajikan dalam *ricebowl* agar konsumen tidak merasa bosan dengan pilihan menu yang itu-itu saja maka disini dibuat banyak pilihan menu.

Usaha ini memberikan solusi dalam kebutuhan primer manusia dengan menjual produk makanan cepat saji serta praktis dikalangan siswa, mahasiswa maupun pekerja kantoran yang tidak memiliki banyak waktu memasak. Jaman modern ini semua serba cepat saji praktis, dan apa lagi disukai para penikmat kuliner karena rasanya yang unik serta enak dan tentunya tampilannya pun menarik membuat kuliner karena rasanya yang unik serta enak dan tentunya tampilannya pun menarik membuat para konsumen tertarik untuk mencoba. Makanan yang disajikan untuk konsumen merupakan makanan yang pembuatannya ketika ada pesanan, sehingga konsumen menikmati makanan dalam keadaan masih hangat. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyak para konsumen tertarik untuk mencoba. Tidak hanya dalam segi kualitas makanan, *Ricebowl* Trenggalek juga menyediakan jasa pengiriman untuk mempermudah konsumen. Tarif yang dipatok juga sangat relatif murah dengan hitungan jarak per kilomernya.

Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Selain kualitas, rasa dan penampilan makanan yang dijual bisa membuat kalangan konsumen lebih memilih aspek tersebut agar konsumen tersebut merasa puas dengan produk makanan yang dijual. Ketika Usaha *Ricebowl* Trenggalek telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan

pelanggan. Menurut Goetsch dan Davis (1994) yang dikutip oleh Tjiptono (2012:152), kualitas dapat diartikan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.

Tjiptono (2002) mengungkapkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula. Kotler (2002) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Oleh sebab itu, program peningkatan kualitas (*quality improvement programs – QIPs*) biasanya juga meningkatkan profitabilitas.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting bagi pengusaha, supaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankannya. Loyalitas menurut Griffin (2010:04) adalah seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling Sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Berdasarkan definisi loyalitas menurut Kotler dan Keller (2009:138) mengungkapkan loyalitas adalah “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”.

Penelitian sebelumnya mengenai kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dilakukan oleh Basith Dkk,(2014) dan Iriyanti Dkk,(2016) menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian sebelumnya mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dilakukan oleh Sembiring Dkk,(2014), Aryani & Rosinta (2010) dan Normasari Dkk,(2013) yang mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah faktor sebelumnya dari loyalitas pelanggan sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Beberapa penelitian sebelumnya juga memasukkan loyalitas pelanggan sebagai variabel yang memediasi hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Pramudyo (2012) dan Iriyanti (2016) yang mengemukakan

bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

Berdasarkan uraian latar belakang dan beberapa hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan (Studi Usaha *Ricebowl* Trenggalek) karena ingin mengetahui kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan *Ricebowl* tersebut sebagai variabel intervening.

## **1.2 Perumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan?
7. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan
4. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Untuk menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
6. Untuk menjelaskan kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
7. Untuk menjelaskan kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan wawasan terutama tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan

loyalitas. Dan bukti empiris pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening.

## 2. Manfaat Praktis

### 1) Bagi Penelitian selanjutnya

Dengan penelitian ini maka peneliti akan dapat memperluas dan memperdalam wawasan dalam teori maupun praktik, sekaligus dapat mengetahui serta memahami pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan *Ricebowl* Trenggalek.

### 2) Bagi Akademik *Ricebowl* Trenggalek

Diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat dari perkembangan ilmu pengetahuan serta sebagai perbandingan dengan penelitian sebelumnya. Sehingga apa yang menjadi kekurangan penelitian ini bisa diperbaiki dan disempurnakan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada *Ricebowl* Trenggalek sebagai saran mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan yang dapat memenuhi kriteria konsumen. Serta dapat menentukan langkah – langkah selanjutnya yang harus diambil dalam mengukur kebijakan dimasa mendatang.

