

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara yang kaya akan ragam seni dan budaya yang keberadaannya perlu dikembangkan dan dilestarikan, salah satu yang menjadi ciri dari Indonesia adalah masakannya, salah satu ciri masakan Indonesia yaitu masakan pedas terutama sambel sebagai makanan pokok. Saat ini, sambal sudah menjadi bagian hidup masyarakat di Indonesia dalam menikmati makanan. Kebanyakan lidah orang Indonesia menganggap makan tanpa sambal terasa belum lengkap.

Untuk memenuhi konsumsi konsumen terhadap makanan pedas, maka saat ini banyak bermunculan restoran atau rumah makan yang menyediakan makanan pedas dengan berbagai level sebagai menu utamanya salah satu contoh yang ada di Yogyakarta adalah oseng-oseng mercon, ayam geprek setan, nasi goreng mercon, bakso petir, sego pecel, tengkleng gajah berbagai menu sambel-sambel khas Indonesia dan lain-lain. Khas tersebut menjadi keuntungan tersendiri bagi konsumen untuk memilih rumah makan yang sesuai dengan keinginannya. Konsumen akan diuntungkan dengan banyaknya pilihan restoran atau rumah makan yang menawarkan menu makanan pedas yang beragam sesuai keinginan mereka.

Yogyakarta merupakan kota yang terkenal sebagai kota pelajar, mobilitas masyarakat yang tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk mengakibatkan semakin banyak para mahasiswa dan pekerja baik pria maupun wanita yang menghabiskan waktu di luar terutama dalam hal makan, oleh karena itu setiap rumah makan harus memberikan pelayanan yang memuaskan agar tercipta kepuasan dan kemudian menyebabkan pelanggan menjadi loyal atau berminat membeli ulang terhadap restoran atau rumah makan tersebut.

Sebagai kota pelajar, usaha-usaha kuliner atau rumah makan di Yogyakarta menawarkan berbagai macam pilihan pada konsumennya. Ada rumah makan yang menawarkan murahannya, ada juga yang menawarkan kelengkapan menu, ada juga rumah makan yang menjual suasananya, eksklusifnya atau sederhananya, dan bahkan ada juga yang menawarkan pelayanannya. Semua hal tersebut tentu saja bukanlah tawaran hampa yang tidak menghasilkan apa-apa. Bahkan sebaliknya, tawaran-tawaran tersebut justru memuaskan pelanggan atau konsumen yang pada akhirnya membuat mereka loyal.

Mowen and Minor (2008) mengatakan bahwa loyalitas sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang. Loudon and Della Bitta (1993) Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan hal penting yang tidak terpisahkan dari mata rantai bisnis dan merupakan sasaran dari kegiatan pemasaran. Sedangkan arah dari kegiatan tersebut adalah mempertahankan pelanggan yang merupakan kegiatan yang lebih sulit dibandingkan mencari pelanggan baru. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut.

Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Kotler, 2007). Menurut Jeni Raharjani (2005), konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh penjual.

Selain ditinjau dari produk dengan keunikan dan keberagaman produk, faktor persepsi harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Persepsi seseorang akan harga dari suatu produk berbeda-beda, sebagian menilai bahwa semakin meningkat harga, maka tingkat keputusan pembelian akan semakin menurun, tapi sebagian lagi menilai semakin tinggi harga, semakin tinggi pula tingkat kualitas produk tersebut. Harga adalah sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa (Tjiptono, 2008).

Berdasarkan Uraian diatas, hal tersebut yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening Pada Warung Lesehan Aldan Cabang Cokroaminoto Jl HOS Cokroaminoto Wirobrajan Yogyakarta.

Lesehan Aldan berdiri sejak tahun 1995, Dimulai dari usaha kecil warung tenda. Mulai dikenal dengan sambalnya yang khas dan banyak macam. Berkembang di tahun 2000an dengan memulai ekspansi "mini" membuka tiga cabang, Berkembang hingga saat ini di Yogyakarta ada enam cabang Lesehan Aldan, di Klaten, Purworejo, Wates, Kebumen, Wonosobo, Pematang, Semarang, Muntilan, Kudus, Tangerang, Solo & Surakarta. Secara

keseluruhan, jumlah menu yang ditawarkan Aldan dimasing-masing cabang tidak jauh berbeda. Adapun tawaran menu yang disajikan ada tiga belas macam sambal, empat puluh lima macam lauk, tiga puluh macam minuman. Fasilitas yang disediakan di Warung Aldan terdapat ruang AC free, TV LCD di ruang makan, kipas angin di beberapa sudut ruang makan, apabila karyawan dalam melayani tidak ramah maka konsumen berhak makan secara gratis, menyediakan kontak kritik dan saran, tidak hanya itu saja di Warung Aldan ada tawaran menarik yaitu boleh menambah nasi dan mengambil sendiri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, peneliti menyusun rangkaian permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah keragaman menu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah keragaman menu berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ?
5. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
8. Apakah keragaman menu, persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan mengetahui pengaruh keragaman menu terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Menganalisis dan mengetahui keragaman menu berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
5. Menganalisis dan mengetahui persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
6. Menganalisis dan mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
7. Menganalisis dan mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
8. Menganalisis dan mengetahui keragaman menu, persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian bagi beberapa pihak, diantaranya:

1. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memberikan tambahan pengetahuan mengenai permasalahan terkait dengan pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Warung Lesehan Aldan Cabang Cokroaminoto Jl. HOS Cokroaminoto Wirobrajan Yogyakarta.

2. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.