

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian.

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan pemikiran manusia maka persaingan didalam mendirikan sebuah perusahaan juga semakin ketat. Menurut Schnaars (1991), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Menurut Kotler (1999) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya, apabila kebutuhan atau keinginan seorang konsumen terpenuhi sesuai harapannya maka akan timbul suatu kepuasan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah terciptanya hubungan yang baik dan harmonis antara konsumen dan perusahaan, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang konsumen dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1994).

Sekarang ini banyak sekali didirikan perusahaan yang sama, contohnya saja rumah makan, banyak sekali kita jumpai rumah-rumah makan mulai dari rumah makan makanan laut atau lebih dikenal dengan rumah makan *sea food*, rumah makan cina, jepang dan lain sebagainya. Berdasarkan hal tersebut maka konsumen sekarang ini lebih teliti didalam memilih rumah makan yang mana yang sesuai dan dapat memberi kepuasan bagi mereka, baik dari segi kualitas produk, kualitas layanan dan lain sebagainya. Berdasarkan uraian tersebut

maka para pengusaha rumah makan berlomba-lomba untuk dapat memenuhi segala kebutuhan dan harapan yang diinginkan oleh para konsumen sekarang ini agar terciptanya kepuasan dan terbentuknya sebuah loyalitas konsumen.

Pada saat ini merek memiliki peranan yang sangat penting dalam strategi pemasaran, merek bukan hanya dianggap sebagai sebuah nama, logo ataupun simbol. Lebih dari itu merek merupakan nilai yang ditawarkan sebuah produk bagi konsumen yang memakainya. Merek adalah "payung" yang merepresentasikan produk atau layanan (Kartajaya, 2004), sedangkan menurut Kotler (2000) "merek sebenarnya merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberi *feature*, manfaat dan jasa tertentu pada pembeli". Dengan alasan tersebut maka para pengusaha rumah makan memberi merek pada rumah makannya dan berusaha keras untuk menjadikan konsumennya menjadi setia terhadap merek perusahaannya karena kesetiaan merek yang baik dapat menciptakan nilai bagi pelanggan maupun perusahaan. Kepuasan dari pelanggan akan meningkat apabila pelanggan merasa produk yang dibeli mempunyai kualitas dan asosiasi merek yang positif. Sedangkan keuntungan bagi perusahaan adalah memudahkan bagian promosi.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Samuel & Foedjiawati (2002). Penelitian tersebut mengenai Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek pada Restoran *The Prime Steak and Ribs* Surabaya, penelitian tersebut mengukur kepuasan dengan menggunakan variabel atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan layanan dan atribut yang berhubungan dengan tingkat

pembelian. Hasil penelitiannya adalah mendapat penilaian yang baik dan terdapat hubungan pengaruh positif yang signifikan antara kepuasan konsumen yang diukur melalui atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan layanan dan atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian di *The Prime Steak and Ribs* dengan kesetiaan merek.

Ayam Bakar Wong Solo merupakan salah satu rumah makan yang terkenal dan besar di Yogyakarta, rumah makan ini terletak di tengah kota tepatnya di jln. Ipda Tut Harsono 16, Timoho (Utara kantor balaikota Yogyakarta). Selain lokasi yang strategis rumah makan Ayam Bakar Wong Solo memberikan beberapa fasilitas diantaranya adalah: Tempat parkir yang luas, aman dan nyaman, ada beberapa pilihan tempat atau ruang mulai dari ruang *meeting*, lesehan dan ruang AC, mushola, music dan pembayaran dapat dilakukan dengan *credit card*. Rumah makan ini mempunyai pesaing yang juga terkenal di Yogyakarta yaitu restoran Pring Sewu yang menghadirkan rumah makan dengan suasana taman. Berdasarkan pengamatan awal peneliti melihat ada kesetiaan merek terhadap rumah makan ini dengan banyaknya jumlah pelanggan di rumah makan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Yogyakarta"**.

B. Rumusan Masalah Penelitian.

Samuel & Foedjiwati (2002) melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap kesetiaan merek. Penelitian tersebut mengukur kepuasan dengan menggunakan variabel atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan layanan dan atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian.

Peneliti mencoba meneliti permasalahan ini dengan menggunakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah atribut-atribut kepuasan konsumen yang meliputi atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan layanan dan atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kesetiaan merek?
2. Apakah atribut yang berhubungan dengan produk, mempunyai pengaruh terhadap kesetiaan merek?
3. Apakah atribut yang berhubungan dengan layanan, mempunyai pengaruh terhadap kesetiaan merek?
4. Apakah atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian, mempunyai pengaruh terhadap kesetiaan merek?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh dari atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan layanan dan atribut yang berhubungan

dengan tingkat pembelian terhadap kesetiaan merek pada rumah makan Ayam Bakar Wong Solo.

2. Untuk menguji pengaruh atribut yang berhubungan dengan produk, terhadap kesetiaan merek pada rumah makan Ayam Bakar Wong Solo.
3. Untuk menguji pengaruh atribut yang berhubungan dengan layanan, terhadap kesetiaan merek pada rumah makan Ayam Bakar Wong Solo.
4. Untuk menguji pengaruh atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian, terhadap kesetiaan merek pada rumah makan Ayam Bakar Wong Solo.

D. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang diharapkan dengan terlaksananya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi bidang teori

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pembendaharaan referensi pengetahuan tentang kepuasan konsumen terhadap kesetiaan merek.

2. Bagi bidang praktek

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan serta informasi yang berguna bagi perusahaan atau rumah makan yang diteliti, selanjutnya dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan manajemen untuk mengelola perusahaan atau rumah makan yang berkualitas tinggi.