

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi saat ini, banyak perubahan dan kemajuan yang terjadi didalam dunia bisnis. Perubahan yang terjadi ditandai dengan munculnya berbagai teknologi. Secara tidak langsung, menuntut masyarakat untuk terus mengikuti kemajuan teknologi yang ada. Perusahaan yang ada saat ini dihadapi pada sebuah kondisi persaingan yang sangat pesat. Sehingga, menuntut perusahaan untuk selalu berinovasi dalam segala hal.

Pesatnya perkembangan di dunia bisnis membuat banyaknya jumlah barang dan jasa yang ditawarkan dengan kelebihan dan keunikan masing-masing. Hal itu karena para pelaku usaha memberi banyak pilihan. Tetapi, itu justru membuat ancaman bagi para pelaku usaha karena ketika semakin banyak produk yang disediakan kepada konsumen maka persaingan yang terjadi akan semakin ketat. Hal ini terlihat dari banyaknya bisnis yang muncul dengan berbagai macam kelebihan.

Dalam setiap bisnis, pembelian sebuah produk atau layanan yang disediakan merupakan tujuan utama yang diinginkan oleh semua pelaku bisnis. Pembelian adalah bagian dari proses pengambilan keputusan yang lebih kompleks oleh seseorang untuk setiap keputusan pembelian yang telah dibuat. Menjaga kesetiaan konsumen untuk melakukan pembelian ulang merupakan tujuan yang cenderung lebih diutamakan oleh para pelaku usaha, karena biasanya konsumen yang telah setia pada suatu produk akan merekomendasikan produk tersebut ke

kerabatnya. Bisnis kuliner adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang makanan. Makanan merupakan kebutuhan dasar bagi manusia untuk kelangsungan hidupnya. Guna memenuhi kebutuhan akan makanan, manusia melakukan berbagai cara, salah satunya yaitu dengan membeli produk yang siap untuk dikonsumsi. Sehingga, dengan adanya hal tersebut menjual makanan merupakan usaha bisnis yang menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pelaku usaha. Selain itu, juga membuat lowongan pekerjaan bagi para pengangguran. Para pelaku usaha tentunya selalu ingin menyajikan makanan yang enak dan bersih dengan pelayanan yang terbaik serta aspek yang paling penting adalah kualitasnya.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008) persepsi merupakan proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur dan menafsirkan stimuli (rangsangan) menjadi gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. *Food quality* atau kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa (Potter dan Hotchkiss, 2012). Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2014). Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas (Kotler & Keller, 2016).

Minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu (Thamrin dan Francis, 2012). Adanya minat pembelian ulang menandakan adanya kepuasan yang tinggi terhadap suatu produk atau pelayanan yang disediakan.

Waroeng Steak and Shake atau dikenal dengan WS merupakan salah satu usaha kuliner yaitu steak yang senantiasa selalu ingin memberikan peningkatan kualitas melalui beragam menu makanan dan minuman, kenyamanan tempat serta pelayanan. Dengan stigma mahal yang sudah sangat melekat pada steak hanya bisa dinikmati oleh kalangan menengah ke atas, dari sinilah akhirnya diberi nama Waroeng, bukan restoran atau kafe yang terlihat mewah. Hal ini tujuannya agar dapat menarik minat mahasiswa. Dalam penyajian makanannya, Waroeng Steak and Shake menyajikan makanan segar didepan pelanggannya. Waroeng Steak and Shake pertama kali didirikan oleh Jody Brotosuseno dan Siti Haryani di teras rumah kontrakannya pada tanggal 4 September 2000 di 2 Jalan Cenderawasih no. 30, Yogyakarta. Waroeng Steak and Shake ini berkembang dengan munculnya berbagai cabang yang tersebar di Indonesia.

Berikut ini data cabang Waroeng Steak and Shake di Indonesia.

Tabel 1.1
Daftar cabang Waroeng Steak and Shake

1.	Bali	4 outlet	10.	Lampung	2 outlet	19.	Samarinda	1 outlet
2.	Balikpapan	1 outlet	11.	Magelang	1 outlet	20.	Semarang	9 outlet
3.	Bandung	13 outlet	12.	Makassar	3 outlet	21.	Solo	1 outlet
4.	Bekasi	3 outlet	13.	Malang	5 outlet	22.	Surabaya	1 outlet
5.	Bogor	3 outlet	14.	Medan	5 outlet	23.	Tangerang	2 outlet

6.	Cirebon	1 outlet	15.	Padang	2 outlet	24.	Tangerang Selatan	3 outlet
7.	Depok	2 outlet	16.	Palembang	3 outlet	25.	Tegal	1 outlet
8.	Jakarta	7 outlet	17.	Pekanbaru	4 outlet	26.	Yogyakarta	10 outlet
9.	Jember	1 outlet	18.	Purwokerto	1 outlet			

Sumber: www.waroengsteakandshake.com

Berdasarkan pada tabel tersebut menunjukkan bahwa pada Oktober 2021 Waroeng Steak and Shake ini berkembang dengan munculnya berbagai cabang yang tersebar di 26 daerah dengan jumlah total outlet sebanyak 89 hingga luar kota. Di Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri terdapat 10 cabang Waroeng Steak and Shake yaitu di Bantul, Cokroaminoto, Colombo, Demangan, Gejayan, Jalan Wates, Kaliurang, Pandega, Perumnas dan Tamansiswa. Pemilihan Waroeng Steak and Shake di Daerah Istimewa Yogyakarta dikarenakan waroeng tersebut memiliki berbagai macam menu yang ditawarkan dan selalu saja ramai konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah kendaraan yang terparkir di halaman setiap cabang Waroeng Steak and Shake yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Peningkatan jumlah cabang yang dimiliki Waroeng Steak and Shake ini menjadi salah satu bukti semakin berkembangnya usaha kuliner makanan steak di Indonesia. Selain itu, bertambahnya cabang tersebut juga menjadi tanda akan adanya respon positif dari masyarakat terhadap produk yang mereka sediakan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dkk. (2020). Perbedaan pada penelitian sebelumnya yaitu terletak pada objek, subjek dan jumlah sampel. Pada penelitian sebelumnya, objek penelitian

dilakukan di Restoran Hot Plate XYZ dengan subjek penelitian yaitu konsumen Restoran Hot Plate XYZ di Sunter dan Bekasi, serta jumlah sampel sebanyak 100.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini berjudul “PENGARUH PERSEPSI KUALITAS MAKANAN DAN PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG WAROENG STEAK AND SHAKE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA “.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Steak and Shake di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Steak and Shake di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang Waroeng Steak and Shake di Daerah Istimewa Yogyakarta?
4. Apakah persepsi kualitas makanan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang Waroeng Steak and Shake di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening?
5. Apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang Waroeng Steak and Shake di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh persepsi kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Steak and Shake di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Steak and Shake di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat pembelian ulang Waroeng Steak and Shake di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh persepsi kualitas makanan terhadap minat pembelian ulang Waroeng Steak and Shake di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.
5. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang Waroeng Steak and Shake di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan ruang lingkup dan permasalahan yang diteliti, penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan serta bahan referensi untuk penelitian yang akan datang dalam hal pengembangan khususnya dibidang usaha kuliner dalam kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta implikasinya terhadap minat pembelian ulang.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi yang berkaitan dengan kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta implikasinya terhadap minat pembelian ulang khususnya untuk Waroeng Steak and Shake, dengan harapan dapat membawa usaha kuliner tersebut dan pihak yang ada didalamnya ke arah yang lebih baik.