

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia akan pangan selalu menjadi salah satu kebutuhan utama. Pedagang dapat melihat hal ini sebagai prospek dalam berbisnis, sesuai dengan adanya permintaan dan penawaran. Jumlah populasi manusia yang terus bertambah membuat tingkat kebutuhan manusia akan pangan juga terus bertambah. Bisnis pangan saat ini menunjukkan perkembangan yang baik. Dengan prospek usaha yang meningkat dan cukup pesat (Lupiyoadi, 2014).

Di tengah ketatnya persaingan saat ini, para pengusaha saling bersaing untuk merebut hati pelanggan. Perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu tujuan perusahaan adalah menciptakan loyalitas pelanggan. Upaya mempertahankan pelanggan yang loyal menjadi tantangan pihak pengusaha karena pelanggan saat ini semakin kritis dalam memilih makanan sesuai dengan harapannya. Ini bukan hal yang mudah, mengingat banyak perubahan dapat terjadi setiap saat pada diri pelanggan. Maka perusahaan harus mampu melakukan inovasi dan strategi yang baik (Kotler, 2005).

Loyalitas pelanggan merupakan konsep yang sangat penting khususnya pada kondisi tingkat persaingan yang sangat ketat dengan pertumbuhan yang rendah. Pada kondisi demikian loyalitas sangat dibutuhkan agar perusahaan dapat bertahan hidup. Di samping itu, upaya mempertahankan loyalitas ini merupakan upaya strategis yang lebih

efektif dibandingkan dengan upaya menarik pelanggan baru. Kunci untuk memenangkan persaingan agar perusahaan berhasil adalah dengan memberikan pelayanan yang baik diantara pesaing. Pelayanan tersebut dimaksudkan untuk dapat memberikan kepuasan serta untuk meningkatkan penjualan dan mendapatkan persepsi yang baik dari pelanggan. (Tjiptono, 2012)

Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses bagi perusahaan, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh atau berpindah ke perusahaan lain. Pada dasarnya produk dan jasa pelayanan restoran sudah mulai dinikmati oleh pelanggan pada saat datang dan masuk ke restoran, cara menyambut tamu dengan ramah tamah dan sopan santun. Kemudian ketika pelanggan makan dan minum di restoran dan menikmati hiburan yang tersedia. Kualitas pelayanan di bidang jasa restoran merupakan salah satu pemikiran yang sering digunakan oleh pelanggan dalam menilai kualitas restoran tersebut. Di samping cita rasa dan kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kinerja yang baik juga sangat menunjang kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi perilaku pelanggan khususnya loyalitas pelanggan yang terwujud dalam keinginan membeli ulang dan niat merekomendasikan (Kotler, 2005).

Menjadi organisasi yang fokus pada konsumen merupakan pilihan strategis bagi industri dan dunia usaha agar mampu bertahan ditengah situasi lingkungan ekonomi yang selalu berubah dan tingginya persaingan. Salah satu cara untuk dapat bertahan adalah dengan menciptakan loyalitas pelanggan melalui

peningkatan kualitas pelayanan. Beberapa penelitian menyatakan bahwa loyalitas pelanggan beroperasi pada dua jalan berbeda, yaitu: loyalitas pelanggan yang ditinjau dari sisi *transaction-specific* dan loyalitas pelanggan yang ditinjau secara umum dan menyeluruh (*general overall*) (Aydin, et al.,2009).

Manusia dalam kehidupan sehari-hari menjalankan segala aktifitas yang padat baik aktifitas yang berat maupun yang ringan, sehingga sudah tentu kita akan memerlukan energi untuk melakukan segala aktifitas tersebut. Olahan kudapan berbasis ayam memang saat ini banyak kita jumpai di berbagai sudut kota. Konsepnya mulai dari pedagang kaki lima hingga restoran, tak ayal jika bisnis ini menjadi daya tarik tersendiri lantaran omsetnya yang menggiurkan.

Salah satu pelaku bisnis yang memanfaatkan peluang ini adalah Ayam Gepuk Pak Gembus. Ayam Gepuk merupakan olahan ayam goreng yang penyajiannya dipukul sampai gepeng. Sebelum digoreng, ayam direbus dulu sampai kering sehingga lebih gurih saat digoreng. Ayam ini disajikan lengkap dengan bumbu rempah yang ditabur di atasnya. Menyantap ayam ini tak lengkap rasanya bila tidak ditemani sambal ulek dengan rasanya yang khas. Saat ini Ayam Gepuk Pak Gembus tersebar di Jabodetabek, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur dan di luar pulau seperti di Palembang, Sumatra Barat, Bali, Riau, Batam, Balikpapan hingga Ambon. Namun sudah banyak permintaan pembukaan gerai baru dari calon mitra. Bukan hanya di wilayah Jakarta dan sekitarnya saja, tapi juga permintaan datang dari luar daerah termasuk permintaan untuk buka cabang mitra di luar negeri. Berawal dari modal nekat sang pemilik pada 2013 akhir dengan modal yang terbatas untuk mendirikan franchise Ayam

Gepuk Pak Gembus, pemilik dengan secara terpaksa menjual barang-barang pribadinya, antara lain komputer jinjing dan kamera, untuk menambah biaya operasional bisnis Ayam Gepuk Pak Gembus. Bagi calon mitra yang tertarik membuka bisnis Ayam Gepuk Pak Gembus, investasi yang dibutuhkan senilai Rp 30 juta sampai Rp 32 juta. Biaya itu sudah mencakup seluruh peralatan lengkap. Seporsi Ayam Gepuk Pak Gembus dihargai Rp 19.000. Dengan target penjualan 80 porsi per hari, mitra bisa mendapatkan omzet sebesar Rp 1,5 juta per hari atau setara Rp 45 juta per bulan. Setelah dipotong uang operasional, bahan baku dan gaji dua karyawan, mitra masih bisa mengantongi laba bersih sekitar 40% dari omzet bulanan. Dengan begitu, mitra bisa balik modal dalam tiga bulan. www.majalahfranchise.com.

Berikut data yang didapat oleh peneliti jumlah pengunjung Ayam Gepuk Pak Gembus Cab. A.Yani Padang pada bulan Januari-Juni tahun 2017 dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1.
Data Jumlah Pengunjung Ayam Gepuk Pak Gembus Cab. A.Yani Padang pada bulan Januari-Juni tahun 2017

Bulan	Pengunjung (Orang)	Persentase Pertumbuhan (%)
Januari	743	-
Februari	895	20,4
Maret	698	28,2
April	781	8,8
Mei	712	9,6
Juni	646	10,2

Sumber : Ayam Gepuk Pak Gembus Cab. A.Yani Padang

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Ayam Gepuk Pak Gembus cenderung tidak stabil (berfluktuasi) dari bulan Januari

sampai Juni. Hal ini dapat dilihat dari data pada tabel 1.1 bahwa dari bulan Januari-Februari terjadi kenaikan jumlah pengunjung yang datang dengan persentase sebesar 20%. Kemudian pada bulan selanjutnya yaitu Februari-Maret terjadi penurunan jumlah pengunjung sebesar 28,2%. Pada bulan berikutnya yaitu Maret-April terjadi kenaikan jumlah pengunjung dengan jumlah sebesar 8,8%. Bulan selanjutnya yaitu April-Mei terjadi penurunan kembali jumlah pengunjung dengan persentase 9,6. Selanjutnya pada bulan Mei-Juni terjadi kenaikan jumlah pengunjung sebesar 10,2%. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa fenomena yang terjadi adalah masih rendahnya tingkat loyalitas pengunjung pada outlet Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Ahmad Yani Padang.

Untuk memperkuat data pada penelitian ini, peneliti melakukan survei awal terhadap 30 orang pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Ahmad Yani Padang. Adapun hasil dari survei tersebut akan disajikan dalam tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Survei Awal Terhadap 30 Responden

No	Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya akan mengunjungi kembali tempat makan Ayam Gepuk Pak Gembus	10	20	33,3%	66,6%
2	Saya memberitahukan informasi positif kepada orang lain tentang Ayam Gepuk Pak Gembus	9	21	30%	70%
3	Saya mengunjungi tempat makan Ayam Gepuk Pak Gembus dalam 6 bulan terakhir	18	12	80%	20%
4	Kenyataan yang dirasakan atas pelayanan yang diberikan Ayam Gepuk Pak Gembus sesuai dengan yang diharapkan	11	19	36,6%	63,3%

Sumber: Data Primer , Oktober 2017

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa responden yang pernah mengunjungi outlet Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Ahmad Yani, pada butir pernyataan saya akan mengunjungi kembali tempat makan Ayam Gepuk Pak Gembus mendapat jawaban “Ya” sebesar 33,33% atau 10 responden, dan menjawab “Tidak” yaitu sebesar 66,67% atau 20 responden. Pernyataan selanjutnya saya memberitahukan informasi positif kepada orang lain tentang Ayam Gepuk Pak Gembus mendapat jawaban “Ya” sebesar 30% atau 9 responden, dan menjawab “Tidak” sebesar 70% atau 21 responden. Kemudian butir pernyataan pelayanan “saya mengunjungi tempat makan Ayam Gepuk Pak Gembus dalam 6 bulan terakhir”, mendapat jawaban “Ya” sebesar 80% atau 18 responden, sedangkan menjawab “Tidak” sebesar 20% atau 18 responden. Kemudian butir pernyataan bahwa kenyataan yang dirasakan atas pelayanan yang diberikan Ayam Gepuk Pak Gembus sesuai dengan yang diharapkan, mendapat jawaban “Ya” sebesar 36,67% atau 11 responden, dan menjawab “Tidak” sebesar 63,33% atau 19 responden.

Beberapa variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah harga, kepuasan, dan kualitas pelayanan. Faktor pertama yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah harga. Harga adalah segala sesuatu yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan (Cannon, *et al*, 2008). Melalui harga yang ditawarkan oleh perusahaan melalui produk maupun jasa yang ditawarkan, maka konsumen dapat menentukan minat beli produk. Harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Dari pemikiran positif bahwa harga yang

sesuai memiliki kualitas yang sesuai akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Adapun hasil penelitian Bulan (2016) menemukan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. Hasil penelitian Nela dan Hakim (2015) menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Smartphone Samsung di STIE Totalwin Semarang. Hasil penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Ernawati (2012) menemukan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan laundry Kencling di Semarang.

Faktor kedua yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kepuasan. Menurut Kotler (2005), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan kepuasan pelanggannya karena makin tinggi kepuasan pelanggan, berarti makin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia. Setiap perusahaan harus mampu memperhatikan faktor-faktor utama yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen seperti misal tingkat kualitas produk maupun harga yang harus dikorbankan untuk mendapatkan produk tersebut.

Adapun hasil penelitian Hairany dan Sangen (2014) menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Lembaga Pengembangan dan Sertifikat Batu Mulia (LPSB) di Martapura Kabupaten Banjar. Selanjutnya hasil penelitian Henriawan (2015)

menemukan hasil bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Studi Kasus pada Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur. Kemudian hasil penelitian Ernawati (2012) menemukan hasil bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Laundry Kencling Semarang.

Faktor ketiga yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2012).

Adapun hasil yang berpengaruh telah dilakukan oleh Dulkhatif, dkk (2016) menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pada Penyedia Jasa Internet Study PT Noken Mulya Tama Semarang. Kemudian hasil penelitian Marina, dkk (2014) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Perusahaan Penerbangan Full Servive AirLine. Selanjutnya hasil penelitian Cornelia, dkk (2008) menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Laundry 5ASEC Surabaya.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting karena melalui loyalitas, niat pelanggan untuk membeli ulang atau niat untuk merekomendasikan kepada orang lain akan tinggi dan hal tersebut nantinya akan menguntungkan bagi perusahaan yang dalam hal ini Franchise Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Ahmad Yani di Kota Padang. Oleh sebab itu perlu bagi perusahaan untuk

mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas dari pelanggannya. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas serta pentingnya bagi perusahaan untuk menciptakan loyalitas dari pelanggan maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh, Harga, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang (Studi Kasus Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Ahmad Yani).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya ada beberapa masalah yang akan diteliti, antara lain:

1. Apakah harga mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Ahmad Yani di Kota Padang?
2. Apakah kepuasan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Ahmad Yani di Kota Padang?
3. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Ahmad Yani di Kota Padang?

1.3 Tujuan dan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Ahmad Yani di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Ahmad Yani di Kota Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Ahmad Yani di Kota Padang .

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademik penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia akademis dimana hasil yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam melakukan penelitian sejenis mengenai Pengaruh, Harga, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Ahmad Yani dikota Padang.
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan pelanggan dan sebagai masukan untuk menganalisa Pengaruh, Harga, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Ahmad Yani di Kota Padang.