

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi, hal ini ditandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumennya. Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis terjadi pada bidang kuliner atau restoran. Berkembangnya gaya hidup dan meningkatnya selera konsumsi masyarakat menyebabkan semakin banyak usaha kuliner. Semakin marak dan ketatnya persaingan dalam bisnis jasa, membuat pelaku usaha dituntut untuk saling bersaing dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan sekaligus memenuhi kepuasan terhadap pelanggannya, tidak terkecuali pada bisnis kuliner dari skala kecil, menengah, hingga ke skala yang paling besar. Dengan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat, maka semakin banyak pula kebutuhan pangan yang harus disediakan. Kepekaan penyedia jasa terhadap suatu perubahan lalu menempatkan perhatian kepada kepuasan dan tidakpuasnya pelanggan sangatlah penting untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kebutuhan masyarakat terhadap kuliner sering dikaitkan dengan gaya hidup masyarakat yang tinggi. Hal ini sering dihubungkan dengan kesibukan seseorang yang melakukan aktivitas di luar rumah, baik laki-laki maupun perempuan yang ingin mencari sesuatu secara praktis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Menurut royon (2007), dengan adanya perubahan tersebut, menyebabkan

terjadinya pergeseran fungsi cafe dan rumah makan, yang melahirkan sebuah fenomena sosial dan budaya baru di samping sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum, rumah makan dan cafe digunakan sebagai tempat untuk berkumpul dan bersosialisasi sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan bertambah luas dari fungsi utamanya. Melihat perilaku masyarakat tersebut, banyak pelaku usaha yang menjadikan bisnis kuliner sebagai peluang usaha. Hingga saat ini, bisnis kuliner diyakini menjadi bentuk usaha yang memiliki prospek yang menjanjikan (puput Tripeni Juniman, 2017). Tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa terdapat beberapa bisnis kuliner yang merugi karena tidak mampu mempertahankan jumlah pengunjungnya.

Menurut beberapa pihak yang berkompeten bahwa sukses usaha di bidang kuliner tidak hanya dilihat dari jumlah pengunjungnya. Tetapi juga dilihat dari kemampuan penyedia jasa untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan kualitas pelayanannya (Jaksa, 2012). menurut Tjiptono (2012) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pelayanan yang diterapkan dibeberapa perusahaan juga dinilai menjadi hal yang penting sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyak perusahaan yang menerapkan sistem manajemen pelayanan untuk dijalankan oleh seluruh karyawan. Jasa pelayanan biasanya berhubungan dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri makanan seperti restoran. Perusahaan yang bergerak dalam industri jasa makanan tidak hanya harus memperhatikan kualitas

produknya saja tetapi kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen juga harus diperhatikan.

Menurut Tjiptono (2014), dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atas jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar benar merasa puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai menyadari pentingnya kualitas pelayanan juga loyalitas pelanggan secara lebih matang, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan

Loyalitas pelanggan menurut Alrubaiee dan Al-Nazer (2020:26) merupakan suatu fungsi dari kepuasan pelanggan, konsumen yang loyal mungkin tidak selalu merasa puas atas suatu produk, sedangkan konsumen yang puas adalah konsumen yang loyal terhadap suatu produk. Dari kegiatan pembelian yang dilakukan oleh konsumen secara berulang dan terus-menerus maka akan menunjukkan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Sebuah loyalitas pelanggan sangat memegang peran penting di perusahaan, dengan adanya loyalitas pelanggan maka dapat mempertahankan kelangsungan bisnis perusahaan, dan meningkatkan kinerja keuangan, maka dari itu ini menjadi hal yang utama bagi perusahaan untuk berusaha mempertahankan dan menarik pelanggan.

Menurut Oliver (2020:26-27), loyalitas pelanggan adalah suatu rasa komitmen yang dipegang erat konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk secara konsisten dan berulang. Hal ini menyatakan bahwa walaupun pelanggan mendapatkan pengaruh situasional dan marketing dari pesaing, pelanggan tersebut akan tetap melakukan pembelian suatu produk yang sama secara berulang. Dimensi yang digunakan dalam loyalitas pelanggan yaitu pelanggan yang selalu membeli dan mengedepankan suatu produk secara konsisten.

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Qomariah, 2016). Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan saling berhubungan, yang artinya bila ada usaha dari perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pada pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat begitu pula sebaliknya bila perusahaan atau badan usaha menurunkan kepuasan pada pelanggan maka secara otomatis loyalitas pelanggan juga akan menurun (Bazrkar,

Iranzadeh, & Farahmand, 2017). Jadi dalam hal ini kepuasan pelanggan merupakan penyebab terjadinya loyalitas pelanggan. (Gultom, Arif, dan Muhammad Fahmi 2020)

Seperti yang diuraikan di depan bahwa kunci keberhasilan perusahaan yang berada dalam industri yang tingkat persaingan dan perubahan lingkungan yang tinggi terletak pada seberapa jauh perusahaan tersebut dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasarnya. Konsumen yang puas terhadap merk/produk tertentu cenderung untuk membeli kembali merk/produk tersebut pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Sementara pembelian ulang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Selanjutnya konsumen yang puas tersebut sangat dimungkinkan untuk mempengaruhi lingkungannya untuk mengkonsumsi merk/produk yang telah memuaskannya. Keadaan ini akan sangat membantu perusahaan dalam mempromosikan produknya. Dari kenyataan di atas nampak bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan untuk bertahan dalam persaingan.

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu mengukur kualitas layanan menggunakan metode Dineserv. Dineserv merupakan pengembangan konsep dari metode Servqual Parasuraman et.al, namun khusus untuk restoran yang dikembangkan oleh Steven, Knutson dan Patton. Steven et al., (1995) menciptakan instrumen untuk mengukur kualitas layanan pada bisnis restoran atau sejenisnya yang disebut Dineserv untuk menilai

persepsi pelanggan terhadap kualitas restoran. Instrumen ini diadaptasi dari Servqual dan diusulkan sebagai alat yang andal dan relatif sederhana untuk menentukan bagaimana persepsi pelanggan tentang kualitas restoran (Abezie, 2019:184). Mengukur kepuasan pelanggan yang menggunakan metode Dineserv dengan konsep restoran, yaitu berdasarkan 29 indikator yang terdiri dari 5 dimensi yaitu Tangible (bukti fisik), Reliability (kehandalan), Responsiveness (ketanggapan), Assurance (jaminan), Emphaty (empati) Paramitha, (2013:2).

Bisnis kuliner sangat menarik untuk dilakukan sehingga ada banyak pengusaha kecil dan besar di industri makanan dan minuman. Salah satunya yang berapada di kabupaten Bangakalan, Kecamatan Sepuluh, Desa Maneron yaitu cafe and resto Singgasana. Cafe and resto Singgasana merupakan salah satu tempat kuliner yang mampu mendatangkan manfaat yang besar terhadap perekonomian masyarakat. cafe and Resto Singgasana tersebut mempunyai 3 cabang yang terletak di kecamatan Tanjung Bumi, kecamatan sepuluh dan di Bangkalan kota.

**tabel 1 1 Data perbandingan pelanggan yang datang ke cafe and resto Singgasana (Tahun 2015- 2024)**

| Tahun | Singgasana<br>tanjung bumi<br>(pengunjung) | Singgasana<br>sepuluh<br>(pengunjung) | Singgasana 3 Bangkalan<br>mlajah<br>(pengunjung) |
|-------|--------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 2015  | 12,450                                     | -                                     | -                                                |
| 2016  | 16,700                                     | -                                     | -                                                |
| 2017  | 20,525                                     | -                                     | -                                                |
| 2018  | 26,376                                     | -                                     | -                                                |
| 2019  | 25. 120                                    | -                                     | -                                                |
| 2020  | 2.200                                      | -                                     | -                                                |
| 2021  | 2.763                                      | -                                     | -                                                |
| 2022  | 8,130                                      | 8,349                                 | -                                                |
| 2023  | 10,890                                     | 41.004                                | 501                                              |
| 2024  | 12, 907                                    | 20,430                                | 18,001                                           |
| Total | 138,061                                    | 69,783                                | 18.502                                           |

Sumber: Survei tempat

Daftar jumlah pelanggan yang mengunjungi cafe and resto Singgasana 1 Tanjung Bumi dari tahun 2015 - 2024 berjumlah 138,061 pelanggan, dan pelanggan yang berkunjung ke cafe and resto Singgasana 2 Sepuluh dari tahun 2022 – 2024 berjumlah 69,783 sedangkan pelanggan yang mengunjungi cafe and resto Singgasana 3 Bangkalan mlaiah dari tahun 2023 – 2024 berjumlah 18,502 pelanggan. Nama cafe and resto Singgasana itu sendiri diambil dari pemikiran bahwa ketika masyarakat berkunjung ke cafe and resto Singgasana akan dilayani seperti berada di singgasana raja. Cafe and resto Singgasana merupakan tempat kuliner yang dilengkapi dengan fasilitas yang tidak dimiliki oleh tempat kuliner yang lain, yang berada di wilayah madura. Selain memiliki view yang bagus dan terdapat spot foto yang instagramable, cafe and resto Singgasana juga dilengkapi permainan seperti bilyard sebagai penunjang daya tarik pengunjung. Keberadaan cafe and resto banyak diminati oleh semua kalangan dari anak- anak hingga dewasa.

Salah satu cabang cafe and resto Singgasana yang berada di kecamatan sepuluh dengan slogan ”mutu bintang lima harga kaki lima” menjadikan cafe and resto Singgasana sebagai cafe and resto dengan harga murah, tetapi pelanggan dapat menikmati makanan dengan konsep yang modern. Jenis makanan yang ditawarkan oleh cafe and resto Singgasana yaitu: ayam bakar, ayam geprek, ikan bakar, bebek bumbu, mie enjos dll. Cafe and resto Singgasana memiliki lokasi yang cukup strategis karena berlokasi di dekat pasar minggu sepuluh yang cenderung ramai juga nyaman untuk ngafe atau bersantai bagi para pelanggan karena

disuguhkan dengan tempat outdoor dengan view persawahan yang indah juga tempat yang nyaman, rindang dan bersih. Ada 5 cafe yang hampir mirip dengan cafe and resto singgasana, salah satunya 3points billiard and garden cafe, nongki, navia coffe and eatery, millennials cafe dan kongco cafe.

Dari kelima cafe tersebut sama-sama mengalami pemerosotan pengunjung karna selain adanya covid 19 pada tahun 2019 sampai dengan awal tahun 2023 itu menyebabkan perekonomian masyarakat di indonesia menurun pesat terutama di kota Bangkalan. Saat ini masyarakat bangkalan berbondong- bondong untuk menstabilkan perekonomiannya. Adapun fenomena selain covid 19 ini ada banyaknya cafe baru di bangkalan (contoh : teracota) yang berdiri baru- baru ini sehingga banyak cafe yang harus tutup karena tidak dapat bersaing dengan cafe and resto yang lainnya. Juga ada beberapa cafe and resto memiliki kualitas pelayanan yang rendah, seperti pelayanan yang lambat, tidak ramah sehingga menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan tidak ingin berkunjung kembali lagi. Harga yang sangat tinggi tapi tidak sesuai dengan cita rasa produk yang dibeli juga menyebabkan pelanggan merasa tidak puas, bahkan pelanggan hanya mengunjungi tempat tersebut cukup satu kali.

Diantara banyak restoran yang mewah di Bangkalan , Cafe and Resto Singgasana dipilih untuk penelitian ini karena hanya satu- satunya cafe yang cukup mewah yang ada di sepuluh dengan karakteristik dan layanannya yang menentukan kualitas layanan yang baik. Pengalamam bersantap mewah, cafe and resto Singgasana tidak hanya memiliki fitur bersantap mewah tetapi juga sesuai dengan budaya yang ada di Bangkalan dan harga yang terjangkau. Cafe and resto

Singgasana memperhatikan detail, mulai dari menghindari kesalahan pesanan hingga memastikan bahwa stafnya berpaikan dengan rapi. Kebersihan dan higienis adalah yang utama prioritas bagi restoran, memcerminkan dedikasinya dalam menyediakan layanan makan berkualitas tinggi.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sebagian besar masih menggunakan metode analisis sederhana dan belum sepenuhnya menempatkan kepuasan sebagai variabel mediasi. Selain itu, penggunaan dimensi DINESERV secara lengkap masih jarang ditemukan, serta konteks penelitian umumnya berfokus pada wilayah luar negeri atau kota besar. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian *research gap* terkait model kualitas Dine service quality yang komprehensif dan kontekstual dalam memengaruhi loyalitas pelanggan di usaha kuliner lokal seperti cafe nad resto singgasana.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“pencapaian loyalitas pelanggan cafe and resto Singgasana melalui *dine service quality*, kunjungan kembali dan kepuasan pelanggan sebagai mediasi”**.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *dine service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan cafe and resto singgasana di bangkalan?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap

loyalitas pelanggan cafe and resto singgasana di bangkalan?

3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke cafe and resto singgasana di bangkalan?
4. Apakah loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kunjungan kembali?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

tujuan utama dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan untuk meninjau kembali niat Cafe and resto di bangkalan. Untuk mencapai tujuan ini, penelitian ini bertujuan untuk mencapai tujuan- tujuan berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *dine service quality* terhadap kepuasan pelanggan cafe and resto Singgasana di bangkalan
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan cafe and resto singgasana di bangkalan
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat berkunjung kembali ke cafe and resto Singgasana di bangkalan
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kunjungan kembali

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi cafe and resto Singgasana

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam meningkatkan mutu cafe and resto di bangkalan untuk masa mendatang

## 2. Bagi Peneliti

Sebagai tugas akhir dan untuk menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan serta menggunakan pengetahuan teoritis dengan praktek nyata sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

## 3. Bagi Masyarakat

Untuk meningkatkan wawasan masyarakat mengenai manajemen pemasaran pada umumnya serta pentingnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali pada sebuah restoran