

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Surabaya merupakan kota metropolitan terbesar kedua yang ada di Indonesia, selain itu Surabaya juga terkenal dengan sebutan Kota Pahlawan. Di Surabaya sangat banyak perguruan tinggi baik itu swasta ataupun negeri yang tiap tahunnya menarik mahasiswa baru yang datang dari berbagai tempat dari luar Surabaya untuk datang dan belajar di Surabaya, sehingga tiap tahunnya selalu mengalami pertumbuhan penduduk dan meningkatkan keragaman masyarakat. Tidak hanya itu Surabaya juga disebut kota kuliner, Surabaya memiliki beranekaragam kuliner baik makanan ataupun minuman dari mulai makanan atau minuman khas Surabaya sampai khas luar Surabaya.

Perkembangan yang terjadi di Surabaya selalu meningkat dari waktu ke waktu. Sebagai kota pahlawan dan kota kuliner yang memiliki banyak keragaman ini, mendorong para pengusaha untuk membuka usaha di Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha yang bermunculan pada saat ini, seperti pembangunan resor, hotel, tempat-tempat kuliner (UKM) baru, dan industri industri lainnya. Salah satu perkembangan yang menarik perhatian saya adalah di bidang kuliner.

Perkembangan kuliner di Surabaya semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tempat-tempat kuliner (UKM) yang ada di hampir di setiap sudut kota Surabaya. Seperti halnya Soto Ayam yang hampir ada di setiap sudut kota pahlawan ini.

Pemasaran merupakan hal yang menjadi ujung tombak bagi setiap perusahaan untuk mendapatkan konsumen dalam sebuah persaingan. Pemasaran merupakan proses untuk membangun, mengkomunikasikan serta menciptakan suatu nilai yang dapat menguntungkan pada pelanggan untuk mencapai suatu tujuan sebuah perusahaan. Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler (2008), loyalitas pelanggan, adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang menyebabkan pelanggan beralih. Loyalitas pelanggan merupakan suatu kunci sebuah kesuksesan bagi suatu perusahaan, loyalitas pelanggan bukan hanya untuk jangka waktu yang pendek melainkan jangka waktu yang panjang dalam sebuah persaingan dan dapat menjadi suatu keunggulan dalam suatu persaingan. Pelanggan yang loyal tidak akan berpindah dan mudah terpengaruh ke perusahaan atau produk lainnya. Loyalitas pelanggan adalah kunci penting untuk mempertahankan posisi perusahaan di pasar serta menciptakan efisiensi dan efektivitas perusahaan karena apabila perusahaan tidak membangun loyalitas pelanggan maka kemungkinan perusahaan harus mengeluarkan biaya lebih dan tenaga lebih untuk mencari pelanggan baru.

Loyalitas pelanggan dapat tercipta dari beberapa faktor. Kualitas produk, kualitas layanan, dan lokasi di duga akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Suatu produk akan di terima oleh konsumen dan bertahan dalam kompetisi pasar adalah produk yang memberikan kepuasan. Produk, layanan dan lokasi yang di pasarkan akan menentukan sikap konsumen untuk menilai, memutuskan sekaligus memberikan kesan terhadap produk tersebut karena ada anggapan bahwa pelanggan yang merasa puas akan cenderung lebih loyal terhadap produk tersebut.

Salah satu faktor untuk dapat menarik perhatian konsumen yang akan melakukan pembelian sehingga bisa menjadi loyal dari suatu produk yaitu perusahaan harus mengetahui

kekuatan dari kualitas produk yang dimilikinya. Kualitas produk adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk (Kotler & Amstrong, 2008). Kualitas produk adalah konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas (Lupioadi, 2001).

Penelitian yang dilakukan oleh Agustin, (2018) mengungkapkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan brand image secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hasil penelitian Minar, (2017) bahwa brand image, product quality tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Selain adanya kualitas produk untuk memikat loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas layanan untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan. Semakin banyaknya penikmat kuliner soto ayam di Surabaya akan membuat para konsumen memilih tepat yang memiliki kualitas layanan yang baik. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih produk yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Sedangkan kualitas layanan dari suatu perusahaan atau restoran juga mempengaruhi perilaku mereka dalam memilih produk. Kualitas layanan memberikan pengaruh yang cukup besar pada sebuah produk atau jasa, layanan positif yang terbentuk pada sebuah produk dan jasa akan menimbulkan anggapan bahwa produk atau jasa tersebut berkualitas baik.

Menurut Aryani (2010), kualitas pelayanan mendorong konsumen untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Supranto (1980) kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Marina & Darmawati, (2014) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian pada penelitian Nuridin, (2018) kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Sumaatmadja (1988) lokasi merupakan variabel penting yang dapat mengungkapkan berbagai hal tentang gejala atau fenomena yang di pelajari. Kotler (1944) lokasi adalah segala hal yang menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk tersedia dan dapat di peroleh bagi konsumen. Konsumen yang mengetahui akan produk atau jasa akan memperhitungkan dimana lokasi merka dapat menikmatinya, lokasi yang dianggap strategis akan membuat konsumen mempertimbangkan untuk melakukan pembelian dengan mengetahui kondisi lokasi dan dimana lokasi tersebut berada atau aksesnya. Konsumen akan melihat apakah lokasi tersebut sebanding dengan apa yang akan mereka dapatkan atau sebaliknya.

Dalam mendapatkan loyalitas pelanggan, lokasi mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap loyalitas pelanggan ataupun pembelian ulang. Lokasi berpengaruh terhadap kualitas layanan dalam penelitian Sundari, (2018) sedangkan dalam penelitian Walukow, Mananeke, & Sepang, (2014) lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Maka ke tiga variabel diatas kualitas produk, kualitas layanan, dan lokasi ada yang berpengaruh positif dan ada yang berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan. Dengan melihat hal tersebut maka perlu di teliti lebih lanjut. Melihat fenomena diatas maka saya selaku mahasiswa tingkat akhir Universitas Narotama bermaksud untuk melakukan penelitian judul “ PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SOTO AYAM DI SURABAYA “.

1.2 Perumusan Masalah

- 1) Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan?
- 2) Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan?
- 3) Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap loyalitas pelanggan?
- 4) Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, kualitas layanan, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap loyalitas pelanggan.
- 4) Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Sebagai bahan referensi penelitian yang lebih lanjut, terutama yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang bisa diberikan oleh penulis yakni dengan adanya hasil penelitian yang membahas tentang pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan ini memberikan informasi yang berguna bagi para pelaku bisnis yang ingin memulai bisnisnya di bidang kuliner bisa mengerti hubungan variabel apakah yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

1.4.3 Manfaat Bagi Penulis dan Universitas

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang mungkin akan mengangkat tema yang sama namun dengan sudut pandang yang berbeda baik dengan melihat kelebihan maupun kekurangan yang ada pada penelitian ini.

1.5 Batasan Penelitian

Agar lebih berfokus dalam penelitian ini, oleh sebab itu penulis memberi batasan terhadap masalah penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Objek penelitian saya mengambil 5 sampel soto ayam disurabaya yaitu soto ayam Pak Har di Jl. Arief Rahman Hakim, soto ayam Pak To Jl. Undaan Wetan 10, soto ayam Pak Djayus Jl. Raya Manyar No 81, soto ayam Ambengan Pak Sadi Jl. Ambengan No 2, soto ayam Cak Sidik Jl. Tambaksari No 8. Oleh sebab itu, apabila ada cabang yang terdapat di tempat lain, maka tidak bisa dihubungkan dalam penelitian ini.
- 2) Variabel loyalitas pelanggan dalam penelitian ini dipengaruhi oleh tiga variabel bebas yaitu kualitas produk, kualitas layanan, lokasi. Apabila ada pengukuran yang menggunakan variabel lain, maka tidak akan di bahas dalam penelitian ini.