

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya hidup masyarakat semakin hari semakin berkembang mengikuti perubahan zaman yang bergerak ke arah modern. Salah satu fenomena yang terjadi ketika masyarakat untuk melakukan kegiatan yang cukup banyak orang tidak hanya dilakukan di rumah saat ini, masyarakat lebih memilih melakukan kegiatan di luar rumah. Seperti kegiatan arisan, rapat non formal, perayaan ulang tahun, kegiatan reunian dan berbagai macam kegiatan lain. Masyarakat tersebut dapat melakukan kegiatan tersebut di berbagai tempat seperti rumah makan, restoran, cafe, co-working dan berbagai tempat sejenis lainnya. Dengan adanya keinginan dan kebutuhan dari masyarakat akan berbagai tempat tersebut menjadikan peluang bagi para pebisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.

Salah satu daerah yang cukup berpeluang bagi para pebisnis yaitu Kota Padang. Kota Padang yang merupakan ibukota provinsi Sumatera Barat yang memiliki jumlah penduduk yang semakin lama semakin meningkat. Dimana pada tahun 2015 jumlah penduduk Kota Padang yaitu 902413 orang dan pada tahun 2016 berjumlah 914968 orang. Dengan banyaknya jumlah penduduk ini, tentunya mereka memiliki gaya hidup yang berbeda-beda..

Dengan pertambahan yang cukup tinggi tersebut menjadi peluang bagi pebisnis rumah makan atau restaurant memperoleh target konsumen. Akan tetapi para

pebisnis harus mampu membaca dan memenuhi segala macam kebutuhan dan keinginan para konsumen. Menurut Prasetyo (2012) dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya maka semakin besar juga peluang bagi para pebisnis menciptakan berbagai usaha. Sehingga untuk menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, setiap pebisnis harus memberikan kepuasan pada konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan dan dijadikan sebagai pedoman oleh para pebisnis dalam mengembangkan strategi pelayanan untuk menjaga kualitas pelayanan dari bisnis mereka. Sehingga tingkat kepuasan konsumen pada suatu pelayanan merupakan tujuan dari sebuah perusahaan dikarenakan manfaat yang sangat banyak ditimbulkan oleh kepuasan konsumen. Seperti jika suatu perusahaan memberikan pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa senang dan puas maka biasanya secara tidak langsung konsumen akan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) kepada orang di sekitarnya sehingga masyarakat tertarik dan menguntungkan pihak perusahaan. Salah satu bidang usaha yang harus memperhatikan kualitas pelayanan adalah restoran atau rumah makan.

Pengusaha restoran atau rumah makan membutuhkan rencana strategi yang tepat agar restaurant yang mereka miliki dapat bersaing dan memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menciptakan kepuasan pada konsumen. Dalam menciptakan kepuasan konsumen, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan,

antara lain kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen ,harga yang ditawarkan, dan citra perusahaan itu sendiri bagi konsumen. Perusahaan dengan pelayanan yang berkualitas, akan membuat konsumen merasa puas (Kotler dan Amstrong, 2012). Untuk memberikan pelayanan yang berkualitas tindakan dari para karyawan mencerminkan kepada konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga jika konsumen tertarik dengan kualitas pelayanan suatu perusahaan maka mereka tidak akan ragu untuk mempunyai minat membeli kembali pada restoran atau rumah makan tersebut.

Disaat suatu perusahaan tidak dapat memenuhi keinginan akan kepuasan pelanggan maka akan berdampak buruk bagi rumah makan atau restoran. Menurut (Gagic,dkk, 2013) untuk memenuhi harapan pelanggan sangat penting karena jika harapan mereka tidak terpenuhi maka mereka tidak akan memiliki keinginan mengunjungi restoran atau rumah makan itu kembali bahkan dampak lainnya mereka diam-diam menyebarkan hal negatif yang ada pada restoran atau rumah makan, dengan pemikiran ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan dibuat dengan memberikan tambahan nilai-nilai.

Selain kepuasan pelanggan akan pelayanan dari restoran kualitas makanan juga sangat berpengaruh terhadap keinginan konsumen. Menurut (Robbins & Coulter, 2010) kualitas adalah kehandalan produk atau jasa untuk melakukan yang seharusnya dan dapat memuaskan ekspektasi pelanggan. Atribut kualitas makanan berfokus pada pentingnya kesegaran makanan dan persentase pada makanan yang dapat

mempengaruhi kepuasan konsumen dan niat kunjung kembali (Yong,Chow,Keng, et.al 2013).

Selain itu konsumen yang ingin datang kembali ke rumah makan Silungkang juga memperhatikan lingkungan fisik yang ada pada Rumah Makan Silungkang. Menurut (Hwang dan Ok 2013) hal yang di perhatikan mulai dari lingkungan sekitar, fasilitas, tata ruang dan kenyamanan tempat duduk. Sedangkan menurut Ryu & Han (2010) dimensi lingkungan fisik terdiri dari 6 dimensi yaitu facility aesthetic, ambience, lighting, layout, table settings & service staff.

Minat pembelian kembali didefinisikan sebagai keinginan seorang konsumen untuk melakukan pembelian kembali dan perilaku yang menunjukkan kesediaan untuk merekomendasikan dan menyebarkan informasi positif kepada orang lain (Yong,Chow,Keng ,et.al 2013). Menurut Soriano (2012) menyatakan bahwa pelanggan memiliki alasan mereka sendiri apakah ingin kembali ke restaurant atau rumah makan di masa depan seperti tekanan dari kehidupan atau pekerjaan, pelanggan mencari kualitas nilai dan lingkungan yang diinginkan yang dapat membuat mereka rileks atau sementara bebas dari stres. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Yong,Chow,Keng ,et.al 2013) bahwa indikator dari minat pembelian kembali adalah keinginan untuk datang kembali, niat untuk makan di tempat yang sama,mengatakan hal yang positif, merekomendasikan, percaya bahwa telah melakukan pilihan yang benar dengan memilih restaurant tersebut, menjadikan salah satu pilihan dalam daftar pilihan selanjutnya.

Rumah makan Silungkang merupakan rumah makan yang terletak di Jalan Sawahan Timur di depan PT KAI Padang. Rumah makan ini memiliki spesifik jaring yang disajikan secara khas kuliner Silungkang. Sehingga rumah makan ini memiliki keunggulan yang berbeda di antara banyaknya para pesaing. Rumah makan Silungkang juga memiliki perbedaan di bandingkan para rumah makan biasanya, dengan menyediakan Silungkang Art Centre. Silungkang Art Centre merupakan tempat berbelanja oleh-oleh khas Sumatera Barat. Sehingga para pengunjung atau wisatawan dapat membeli oleh-oleh khas Sumbar disini sehingga lebih efektif dan efisien.

Rumah makan Silungkang bisa dibilang cukup baru di kota Padang. Oleh karena itu pemilik rumah makan Silungkang harus mampu bersaing di tengah tingginya persaingan rumah makan di kota Padang. Pesaing yang telah lebih dulu membangun image dimata konsumen dikarenakan para pesaing telah lebih dahulu berdiri sebelum rumah makan Silungkang Sehingga pemilik rumah makan Silungkang harus memiliki strategi agar yang berbeda agar dapat memenangkan dari persaingan.

Salah satu pesaing yang Rumah makan Silungkang adalah Lamun Ombak. Rumah Makan Lamun Ombak merupakan salah satu restoran atau rumah makan yang di rekomendasikan bagi para pengunjung atau wisatawan yang datang ke Kota Padang. Rumah makan ini menyediakan aneka masakan khas Minangkabau dengan cita rasa yang lezat. Semua menu dihidangkan di meja makan, sesuai dengan *standard operation procedure* restoran Padang. Restoran ini memiliki sangat di rekomendasikan di Kota Padang karena kualitas makanan, pelayanan dan

lingkungan fisik yang cukup baik sehingga para konsumen sangat tertarik datang kesana. Karena telah menjadi pola pikir bagi masyarakat tersebut yang menyebabkan Rumah Makan Silungkang harus memiliki strategi lain dalam menghadapi persaingan.

Tingginya persaingan antar rumah makan atau restoran di Kota Padang sangat terlihat jelas yaitu pada tahun 2015 yaitu 265 rumah makan dan restoran dan pada tahun 2016 yaitu 254 restoran dan rumah makan. Sehingga menyebabkan ada beberapa restoran dan rumah makan bangkrut karena tidak bisa menghadapi persaingan. Hal inilah harus bisa diantisipasi oleh rumah makan Silungkang dengan memperhatikan segala aspek yang harus di penuhi oleh pebisnis restoran dan rumah makan. Mulai dari aspek kualitas pelayanan, aspek kualitas makanan sehingga mampu membuat para konsumen tertarik dan konsumen yang pernah datang memiliki keinginan untuk makan kembali di rumah makan Silungkang

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang seberapa besar pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik terhadap minat pembelian kembali di rumah makan Silungkang. Berdasarkan ini lah penulis ingin mengangkat judul "Analisa pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan dan lingkungan fisik terhadap minat pembelian kembali pada rumah makan lamun Silungkang".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pembelian kembali di restoran Silungkang
2. Bagaimana pengaruh kualitas makanan terhadap minat pembelian kembali di restaurant Silungkang
3. Bagaimana pengaruh lingkungan fisik terhadap minat pembelian kembali di restaurant Silungkang

1.3 Tinjauan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pembelian kembali di restaurant Silungkang
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap minat pembelian kembali di restaurant Silungkang
3. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan fisik terhadap minat pembelian kembali di restaurant Silungkang

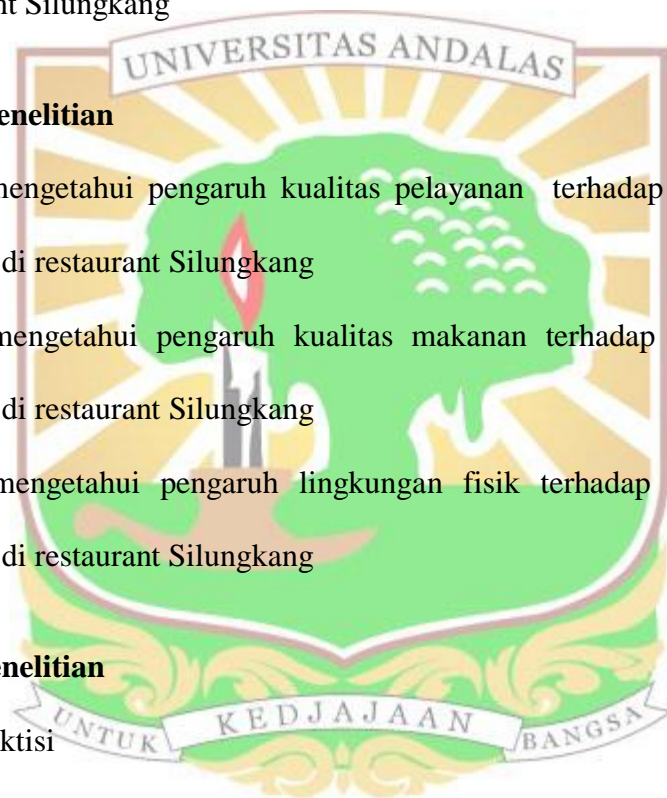
1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi praktisi

Menambah pengetahuan dan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan dan lingkungan fisik terhadap minat pembelian kembali.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sumberdata dan informasi, tentang masalah kualitas pelayanan, kualitas makanan dan lingkungan fisik terhadap minat pembelian kembali.



1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mencegah terjadinya perluasan pembahasan dan kerancuan pembahasan maka penulis akan membatasi permasalahan yang akan di bahas yaitu Analisa pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan dan lingkungan fisik terhadap minat pembelian kembali di rumah makan Silungkang.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan di uraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi mengenai landasan teori yang berisikan uraian tentang teori yang berkaitan tentang masalah yang dibahas, tinjauan penelitian terdahulu, dan hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang populasi dan sampel, jenis data dan sumber data, variabel dan definisi operasional variabel dan pengukuran operasional variabel, teknik analisa data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan metodologi penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diadakan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

