

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi ini, bisnis kuliner merupakan bisnis yang sedang berkembang pesat di Indonesia. Bisnis ini selalu berhasil dan memikat para pecinta kuliner. Usaha ini sangat meningkat seiring berkembangnya kreatifitas orang di dunia globalisasi ini. Munculnya berbagai makanan yang unik, banyaknya wisata kuliner dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat. Sehingga persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk terus berinovasi agar memiliki keunggulan dibanding perusahaan lain yang sejenis.

Meningkatnya pendirian pusat kuliner di banyak tempat karena sudah menjadi kebutuhan. Dimana setiap tahunnya mengalami penambahan kedai-kedai dan peningkatan kebutuhan dari konsumen yang ingin membeli makanan. serta peningkatan perluasan area pusat kuliner yang ada di pusat kota Jepara sendiri. Kualitas produk menjadifaktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk ialah nilai puas yang kompleks (Hidayat,2009).Dengan kualitas produk yang baik maka harapan konsumen terhadap produk akan terpenuhi.

Menurut Amstrong dan Kotler (2012:283) berkemukakan kualitas produk yaitu kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, meliputi, durabelitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Persaingan yang semakin ketat dan semakin berkembangnya ekspektasi pelanggan mendorong perusahaan untuk lebih memfokuskan pada upaya untuk terus menerus harus mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggannya. Hasil penelitian Deny

Irawan dan Edwin Japariato .(2013), menyatakan bahwa hasil uji hipotesis penelitian kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen terdapat dampak lebih kecil dari pada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Berarti kualitas produk memberikan dampak puas atau tidak puasnya konsumen yang berakibat pada loyalitas konsumen.. Dan hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian Inka Janita Semiring (2014) menyatakan bahwa kualitas produk terbukti memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kualitas produk dapat juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang bisa dilihat dari penelitian di atas yang menyatakan bahwa, loyalitas konsumen sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan dan kepuasan konsumen. Jika pelanggan sudah merasa puas akan produk atau jasa tersebut. Maka pelanggan tidak ragu-ragu lagi untuk melakukan pembelian secara ulang atau sudah bisa dikategorikan sebagai loyalitas pelanggan. Maka dari itu bisa dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Wahyu Setia Dewi, Leonardo Budi Hasiolan, Maria M Minarsih (2016). Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Kusmayasari .2014), dan (Inka Janita Semiring .2014) yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen adalah merupakan fungsi seberapa dekat harapan konsumen atas suatu produk dengan kinerja yang dirasakan atas produk tersebut.

Umar berpendapat (2008, p.14), kepuasan, sesuatu timbal balik atas hasil yang telah dicapai sesuai kebutuhan konsumen. (Tjiptono, 2008). Puas dalam arti pelanggan adalah berbagi kepuasan dengan produsen agar saling diuntungkan apabila kepuasan terjadi.

Menurut Kotler dan Keller (2009.p.138), bahwa kepuasan ialah sebuah ekspresi menyukai dan tidak suka seseorang yang muncul sesudah membandingkan produk..Harapan konsumen diketahui dari pengalaman pribadi saat menggunakan produk tersebut, dan membuktikan informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang memproduksi.

Kotler, Keller (2009, p.140) mengemukakan, pelanggan puas biasanya setia untuk jangka waktu panjang, itulah alasan pelanggan melakukan pembelian secara ulang secara terus-menerus dan sering disebut dengan pelanggan yang loyal (Loyalitas Konsumen). Hasil penelitian Deny Irawan dan Edwin Japarianto .(2013) . membuktikan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, apabila kepuasan konsumen semakin tinggi, maka akan meningkatkan loyalitas dari konsumen .

Loyalitas pelanggan terjadi dipengaruhi antara kualitas produk dan kepuasan konsumen. Jika kualitas produk bagus ,maka rasa puas muncul yang mengakibatkan loyalitas dari para pelanggan tumbuh seiring dengan harapan yang tercapai. “*Shopping Center Culinary* Jepara atau lebih dikenal dengan sebutan SCJ ini” merupakan pusat kuliner di area Jepara .Untuk dapat bertahan didalam persaingan saat ini, SCJ ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan pelangganya. Oleh karena itu semua pedagang yang ada di SCJ agar lebih menambah loyalitas pelanggan melalui kualitas produk, serta kepuasan konsumen, supaya dapat mempertahankan pelanggan agar tetap setia terhadap pusat jajanan kuliner di Jepara.

Menurut hasil wawancara dengan pihak pengelola *Shopping Center Culinary* Jepara, kualitas produk dirasakan cukup penting untuk kelangsungan sebuah perusahaan. Jika kualitas produk kepada konsumen baik, maka kepuasan konsumen akan tercipta . Kepuasan konsumen dapat kita lihat dari konsumen yang datang. Ketika konsumen

merasa puas, maka menghasilkan loyalitas konsumen. ketika ketiganya sudah berjalan dengan baik, maka dapat meningkatkan provitabilitas perusahaan.

Shopping Center Culinary Jepara menargetkan jumlah konsumen selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya. Tetapi pada kenyataannya perusahaan belum mampu untuk memenuhi target tersebut. Menurut hasil wawancara dengan pihak SCJ, terdapat beberapa keluhan dari konsumen mengenai kualitas produk yang ditawarkan oleh SCJ selama tahun 2016, misalnya : rasa kurang enak, porsi yang sedikit, serta harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Dengan demikian, menurunnya tingkat konsumen yang datang .

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui selama tahun 2016 volume penjualan mengalami ketidak stabilan yang signifikan, sehingga menarik untuk diteliti. Namun demikian sejauhmana faktor-faktor tersebut mempengaruhi loyalitas pelanggan, perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam. Berdasarkan uraian deskripsi tersebut menarik untuk dilakukan suatu penelitian dengan judul :“ **Model Peningkatan Loyalitas Konsumen melalui Kualits Produk, dan Kepuasan Konsumen sebagai variable intervening pada Shopping Center Culinary Jepara**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, perumusan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen ?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki berbagai macam tujuan. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian pada *Shopping Center Culinary* Jepara dilihat dari perspektif faktor kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen

2. Manfaat Praktis

Bagi *Shopping Center Culinary* Jepara, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berarti bagi pihak pemilik untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang paling dominan mempengaruhi dengan citranya. Dengan demikian hasil penelitian dapat dijadikan sebagai rujukan untuk meningkatkan kemajuan usaha *Shopping Center Culinary* Jepara yang akan datang.