

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis merupakan hal yang umum dalam dunia bisnis. Untuk menghadapi persaingan bisnis, perusahaan harus mampu mengimplementasikan strategi yang sesuai dengan kondisinya. Sebelum menetapkan strategi perusahaan perlu melakukan analisis mendalam terhadap faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Menganalisis faktor internal meliputi identifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam hal sumber daya manusia, produk, pelayanan, pemasaran ataupun hal lainnya. Sedangkan analisis faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman yang muncul dari lingkungan bisnis, seperti persaingan pasar, tren konsumen, peraturan pemerintah dan perkembangan zaman.

Bisnis kuliner merupakan suatu bisnis yang bergerak di bidang makanan atau minuman baik dalam hal produksi, penyajian hingga penjualan suatu produk tertentu kepada pelanggan. Perkembangan bisnis kuliner dengan keuntungan yang menjanjikan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha baru yang didirikan oleh perusahaan, baik dalam skala kecil, menengah, ataupun besar. Dengan berdirinya usaha baru dengan membawa produk yang beragam serta inovatif menyebabkan semakin meningkatnya persaingan di dunia bisnis.

Sebagai salah satu kota yang terkenal dengan wisata kulinernya, industri restoran di Kota Bandung terus berkembang, dengan jumlah restoran yang terus

meningkat. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (Kota Bandung, 2023), jumlah restoran di Bandung telah tumbuh secara signifikan selama enam tahun terakhir.



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Gambar 1. 1 Jumlah Restoran dan Rumah Makan Kota Bandung

Berdasarkan diagram di atas peningkatan jumlah restoran setiap tahunnya mencerminkan tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap layanan kuliner di kota ini. Dengan banyaknya pilihan restoran, mulai dari restoran kecil, menengah, hingga restoran besar dengan merek terkenal, pengunjung dapat dengan mudah menemukan pilihan tempat makan yang sesuai dengan selera mereka, yang menawarkan segala sesuatu mulai dari masakan lokal hingga internasional.

Bisnis kuliner di Indonesia khususnya di Kota Bandung terus bereksistensi dalam waktu yang tergolong lama dan beragam. Kota Bandung memiliki berbagai destinasi wisata kuliner yang menarik. Salah satunya adalah Golden Lamian, merupakan sebuah restoran mie khas *Chinese* yang mengangkat konsep *Chinese Heritage*, yang telah memiliki sertifikasi halal. Berikut data kunjungan member

Golden Lamian cabang Kota Bandung yang beralamat di Jl. Buah Batu No. 163, Kota Bandung:

Tabel 1. 1
Data Kunjungan Member Golden Lamian Kota Bandung

Bulan	Jumlah Kunjungan Member	Kenaikan/penurunan
Januari	9	
Februari	41	32
Maret	80	39
April	62	-18
Mei	36	-26
Juni	31	-5
Total		259
Rata-rata		43,2

Sumber: Golden Lamian Kota Bandung, 2024

Berdasarkan data tabel 1.1 Kunjungan member dari Januari hingga Juni menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan. Pada bulan Januari, jumlah kunjungan member tercatat sebanyak 9 kunjungan. Angka ini meningkat drastis di bulan Februari menjadi 41 kunjungan, dengan kenaikan sebesar 32 kunjungan dibandingkan bulan sebelumnya. Tren kenaikan ini berlanjut hingga Maret, dengan jumlah kunjungan mencapai 80, atau meningkat 39 kunjungan dibandingkan bulan Februari.

Akan tetapi, mulai bulan April, terjadi penurunan yang cukup signifikan. Jumlah kunjungan menurun menjadi 62, atau turun 18 kunjungan dibandingkan bulan Maret. Tren penurunan ini terus berlanjut pada bulan Mei dan Juni. Pada bulan Mei, jumlah kunjungan hanya mencapai 36, turun 26 kunjungan dari bulan sebelumnya. Penurunan ini sedikit melambat pada bulan Juni, di mana jumlah kunjungan tercatat sebanyak 31, atau turun 5 kunjungan dibandingkan Mei.

Hal ini menunjukkan meskipun ada peningkatan signifikan di awal tahun, tren kunjungan member mengalami penurunan bertahap setelah mencapai puncaknya di bulan Maret. Hal ini menjadi indikasi perlunya evaluasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan kunjungan setelah bulan Maret.

Menurut Ahmudin & Ranto (2023:159) loyalitas pelanggan dapat menurun karena berbagai faktor yang saling terkait. Kualitas produk atau layanan yang tidak konsisten atau menurun seringkali menjadi penyebab utama pelanggan beralih ke kompetitor. Hal ini diperparah jika harga yang ditawarkan tidak lagi kompetitif di pasar. Layanan pelanggan yang buruk, seperti respon yang lambat terhadap keluhan atau ketidakmampuan untuk menyelesaikan masalah, juga dapat menurunkan kepercayaan pelanggan. Perubahan kebutuhan atau preferensi pelanggan yang tidak diantisipasi oleh perusahaan juga dapat menyebabkan pelanggan mencari alternatif.

Seperti yang dikemukakan Istiyawari *et al* (2021:192) Pelanggan adalah komponen penting dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis kuliner. Keputusan mereka untuk membeli dan mengonsumsi produk kuliner tertentu secara langsung berdampak pada kesuksesan bisnis. Melihat pentingnya pelanggan, pelaku bisnis berusaha keras mendapatkan kepercayaan dan kesetiaan mereka melalui berbagai cara. Hal ini termasuk memberikan layanan terbaik, menawarkan harga dengan kualitas produk, dan memberikan produk sesuai dengan preferensi pelanggan.

Menurut Febrianti & Beni (2023:192) Membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan sangat penting bagi bisnis untuk tumbuh dan mempertahankan diri dalam jangka panjang. Hubungan seperti itu terbangun ketika bisnis kuliner

secara efektif memenuhi kebutuhan, selera, dan keinginan pelanggan. Hubungan yang terjalin baik dengan konsumen tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berfungsi sebagai sumber umpan balik yang berharga untuk meningkatkan layanan atau inovasi produk. Berikut hasil pra survei loyalitas pelanggan golden lamian Kota Bandung yang dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1. 2
Hasil Pra-Survei Loyalitas Pelanggan

No	Loyalitas Pelanggan	Jawaban Responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1	Sering membeli makanan di Golden Lamian	11	36,7%	19	63,3%	100%
2	Membeli makanan yang sama di Golden Lamian	9	30%	21	70%	100%
3	Bersedia merekomendasikan Golden Lamian kepada orang lain	12	40%	18	60%	100%
4	Tidak akan berpindah dari Golden Lamian ke restoran lain	5	16,7%	25	83,3%	100%
Rata-rata		30,9%		69,2%		100%
Jumlah Responden		30 Responden				

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil pra survei di atas dengan jumlah responden 30 orang dapat dilihat bahwa loyalitas pelanggan di golden lamian Kota Bandung menunjukkan bahwa 30,9% responden menjawab “YA” sementara 69,2% menjawab “TIDAK”. Hasil pra survei ini menunjukkan bahwa tingkat loyalitas pelanggan terhadap Golden Lamian cenderung rendah. Mayoritas responden menunjukkan

kemungkinan untuk berpindah ke restoran lain, mengindikasikan bahwa Golden Lamian perlu meningkatkan strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Menurut Maulidah *et al* (2019:26) meningkatkan kualitas pelayanan sangat penting untuk mempertahankan pelanggan dan merupakan strategi utama untuk mencapai tujuan ini. Pelanggan tidak hanya tertarik pada produk yang sesuai dengan preferensi mereka atau dengan harga yang terjangkau, mereka juga mencari pengalaman pelayanan yang memuaskan. Kualitas pelayanan mencakup pemeliharaan lingkungan yang nyaman dan bersih, serta memastikan ketersediaan fasilitas yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Tingkat pelayanan tinggi yang diberikan oleh restoran dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak positif pada loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ani & Jatmiko (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Ansori (2022) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Guna mengetahui kualitas pelayanan, penulis melakukan pra survei untuk mengetahui kualitas pelayanan di Golden Lamian Kota Bandung yang dapat dilihat pada tabel 1.3 dibawah ini:

Tabel 1. 3
Hasil Pra-Survei Kualitas Pelayanan

No	Kualitas Pelayanan	Jawaban Responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1	Karyawan Golden Lamian mampu melayani pelanggan dengan baik	7	23%	23	77%	100%
2	Karyawan Golden Lamian inisiatif dalam melayani pelanggan	13	43,3%	17	56,7%	100%
3	Karyawan Golden Lamian ramah dalam melayani pelanggan	12	40%	18	60%	100%
4	Karyawan Golden Lamian memberikan pelayanan yang aman	15	50%	5	50%	100%
5	Fasilitas Golden Lamian Lengkap	10	33,3%	20	66,7%	100%
Rata-rata		37,9%		62,1%		100%
Jumlah Responden		30 Responden				

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil pra survei di atas dengan jumlah responden 30 orang dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan di golden lamian Kota Bandung menunjukkan bahwa 37,9% responden menjawab “YA” sementara 62,1% menjawab “TIDAK”. Hasil pra survei ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan yang kurang positif terhadap beberapa aspek pelayanan di Golden Lamian. Hanya sebagian kecil responden yang merasa bahwa karyawan mampu melayani dengan baik. Secara keseluruhan, terdapat beberapa aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan di Golden Lamian untuk memenuhi harapan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, harga penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan karena berkaitan langsung dengan persepsi nilai yang diterima dari

produk atau layanan. Menurut Anggraini & Budiarti (2020:87) untuk mempertahankan pelanggan, sangat penting untuk menawarkan harga yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Pelanggan berusaha untuk memastikan bahwa mereka menerima nilai yang sama atau lebih baik untuk uang mereka, dan membandingkan produk yang sama dengan harga yang berbeda dari berbagai restoran. Guna meningkatkan dan mempertahankan pelanggan, perusahaan harus mempertimbangkan dengan matang harga yang ditawarkan dan nilai yang diterima pelanggan dengan harga tersebut. Penetapan harga merupakan faktor kunci bagi restoran tidak hanya untuk menghasilkan laba, tetapi juga untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wayan Sandi Artha Yudha *et al* (2023) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Nurwati *et al* (2023) juga menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Penulis melakukan pra survei mengenai harga produk di Golden Lamian Kota Bandung yang dapat dilihat pada tabel 1.4 di bawah ini:

Tabel 1.4
Hasil Kuesioner Pra-Survei Harga

No	Harga	Jawaban Responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1	Harga makanan Golden Lamian terjangkau	9	30%	21	70%	100%
2	Harga makanan Golden Lamian sesuai dengan kualitas	11	35%	19	65%	100%

Lanjutan Tabel 1.4

3	Harga makanan Golden Lamian sesuai dengan manfaat yang dirasakan	14	46,7%	16	53,3%	100%
4	Harga makanan Golden Lamian lebih murah dari restoran lain	9	30%	21	70%	100%
Rata-rata		35%		65%		100%
Jumlah Responden		30 Responden				

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil pra survei di atas dengan jumlah responden 30 orang dapat dilihat bahwa harga produk di golden lamian Kota Bandung menunjukkan bahwa 35% responden menjawab “YA” sementara 65% menjawab “TIDAK”. Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan negatif terhadap harga makanan di Golden Lamian. Sebagian besar responden merasa bahwa harga makanan tidak terjangkau dan tidak lebih murah dibandingkan restoran lain. Selain itu, banyak responden yang berpendapat bahwa harga makanan tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan. Secara keseluruhan, persepsi responden terhadap harga makanan di Golden Lamian cenderung kurang positif.

Harga berperan penting dalam loyalitas pelanggan karena mencerminkan nilai yang diterima dan mempengaruhi persepsi terhadap merek. Perubahan harga yang tidak dikelola dengan baik dapat mengurangi kepercayaan pelanggan dan menyebabkan mereka beralih ke pesaing. Dalam pasar yang kompetitif, pelanggan selalu membandingkan harga dan nilai yang ditawarkan. Harga yang terlalu tinggi atau rendah dapat merusak persepsi terhadap kualitas dan nilai merek.

Kondisi ekonomi juga mempengaruhi sensitivitas pelanggan terhadap harga. Demi menjaga loyalitas, perusahaan harus menyeimbangkan harga dengan

nilai yang diberikan, mengkomunikasikan secara transparan mengenai perubahan harga, dan terus memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Dengan strategi penetapan harga yang tepat dan komunikasi yang efektif, perusahaan dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Berlandaskan pada latar belakang di atas, data hasil pra-survei dan hasil penelitian sebelumnya, dengan itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Golden Lamian Kota Bandung”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang kurang sesuai dengan harapan
2. Harga belum bersaing
3. Menurunnya loyalitas para pelanggan
4. Pelanggan belum mau merekomendasikan Golden Lamian

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian tetap fokus, terarah, efisiensi waktu, dan biaya. Oleh karena itu fokus penelitian adalah:

1. Variabel Independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga.
2. Variabel Dependen yaitu Loyalitas Pelanggan.
3. Unit analisis penelitian yaitu Pelanggan Golden Lamian Jl. Buah Batu, No.163, Kota Bandung.
4. Waktu Penelitian 6 Bulan (Januari – Juni 2024).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan, harga dan loyalitas pelanggan di Golden Lamian Kota Bandung.
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Golden Lamian Kota Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Golden Lamian Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Golden Lamian Kota Bandung.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian adalah untuk mengumpulkan data dan informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Golden Lamian Kota Bandung. Hasilnya akan dituangkan dalam bentuk skripsi yang merupakan syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menggambarkan, dan menganalisis:

1. Kondisi kualitas pelayanan, harga dan loyalitas pelanggan di Golden Lamian Kota Bandung.

2. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Golden Lamian Kota Bandung.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Golden Lamian Kota Bandung.
4. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Golden Lamian Kota Bandung.

1.6 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi dan memberikan manfaat diantaranya:

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Dapat menambah wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya tentang kualitas pelayanan, harga dan loyalitas pelanggan.
2. Mengimplementasikan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran yang telah didapat selama perkuliahan di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Penulis

Penelitian ini membantu penulis untuk membandingkan konsep teori yang telah dipelajari di dunia akademis dengan situasi dunia nyata, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan memperluas pengetahuan dalam bidang terkait.

2. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam menentukan strategi masa depan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, dan loyalitas agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama.

3. Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran, serta dapat dijadikan referensi atau perbandingan untuk peneliti-peneliti selanjutnya yang sejenis

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini yang dilakukan oleh penulis ini adalah Golden Lamian cabang Kota Bandung yang beralamat di Jl. Buah Batu No.163, Turangga, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40265. Waktu penelitian yang penulis lakukan terhitung mulai dari bulan April 2024 dengan jadwal pelaksanaan sebagai berikut:

Tabel 1. 5

Waktu Penelitian

NO	Kegiatan	Bulan (2024)																									
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September					
1	Pengajuan Judul																										
2	BAB I																										
3	BAB II																										
4	BAB III																										
5	Sidang UP																										
6	BAB IV																										
7	BAB V																										
8	Sidang Akhir																										

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024