

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor kuliner di Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat. Berdasarkan data dari GoodStats, jumlah usaha kuliner di Indonesia telah melampaui 10.000 unit, di mana sekitar 71,65% terdiri dari restoran atau rumah makan. Sebagai salah satu kota tujuan utama wisata kuliner, Bandung turut mengalami peningkatan jumlah tempat makan seperti restoran, rumah makan, dan kafe.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan industri kuliner di Indonesia, khususnya restoran yang menyajikan hidangan Jepang seperti ramen, menunjukkan peningkatan yang cukup pesat. Berdasarkan informasi dari Asosiasi Pengusaha Restoran Indonesia, industri restoran mencatat pertumbuhan sekitar 10% setiap tahunnya, dengan masakan Jepang termasuk di antara jenis makanan yang paling digemari oleh konsumen. Tren ini mencerminkan tingginya antusiasme masyarakat terhadap dunia kuliner, namun di sisi lain juga memicu persaingan yang semakin intensif antar pelaku bisnis. Oleh karena itu, setiap restoran dituntut untuk mampu menghadirkan keunggulan yang bernilai tambah guna menarik sekaligus mempertahankan pelanggan.

Ramen Bajuri Lengkong Bandung merupakan restoran yang menyajikan makanan Jepang dan telah berdiri sejak tahun 2011. Saat ini, restoran tersebut

memiliki lima cabang di Kota Bandung, yang tersebar di wilayah Buah Batu, Lengkong, Burangrang, Kebon Jati, dan Derwati. Dengan konsep menu ramen yang ditawarkan dengan harga terjangkau, menjadi penting untuk menelaah sejauh mana kualitas pelayanan dan faktor lokasi berperan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Salah satu tantangan utama yang dihadapi Ramen Bajuri adalah bagaimana memaksimalkan kualitas layanan serta menentukan lokasi usaha yang strategis untuk menarik minat konsumen. Pemahaman yang lebih mendalam terhadap kedua aspek ini diharapkan dapat membantu manajemen dalam merumuskan strategi yang lebih tepat guna meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Berikut adalah data penjualan Ramen Bajuri Lengkong Bandung selama 6 bulan terakhir (Juli - Desember) pada tahun 2024 :

Tabel 1. 1
Data Penjualan Ramen Bajuri Lengkong Bandung 2024

Bulan	Penjualan	Kenaikan / Penurunan	Percentase Kenaikan / Penurunan Penjualan
Juli	342.573.200		
Agustus	328.048.970	-14.524.230	-4,24%
September	322.451.700	-5.597.270	-1,71%
Oktober	284.199.420	-38.252.280	-11,87%
November	306.697.070	22.497.650	7,91%
Desember	316.255.930	9.558.860	3,12%
Rata-rata penurunan penjualan		- 5.263.454	- 1,358%

Sumber : Manajemen Ramen Bajuri Lengkong Bandung

Berdasarkan data penjualan pada tabel 1.1 terlihat bahwa periode Juli – Desember 2024 Ramen Bajuri Lengkong Bandung mengalami fluktuatif penjualan. Kenaikan tertinggi terjadi pada bulan November dengan persentase kenaikan sebesar 7,91% dari penjualan bulan sebelumnya. Tetapi penjualan mengalami penurunan selama 3 bulan berturut-turut yaitu pada bulan Agustus – Oktober 2024.

Persaingan yang ketat di industri kuliner Bandung, restoran ini perlu mengevaluasi faktor-faktor tersebut untuk mempertahankan dan meningkatkan basis pelanggannya. Dua faktor utama yang sering dianggap mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan dan lokasi.

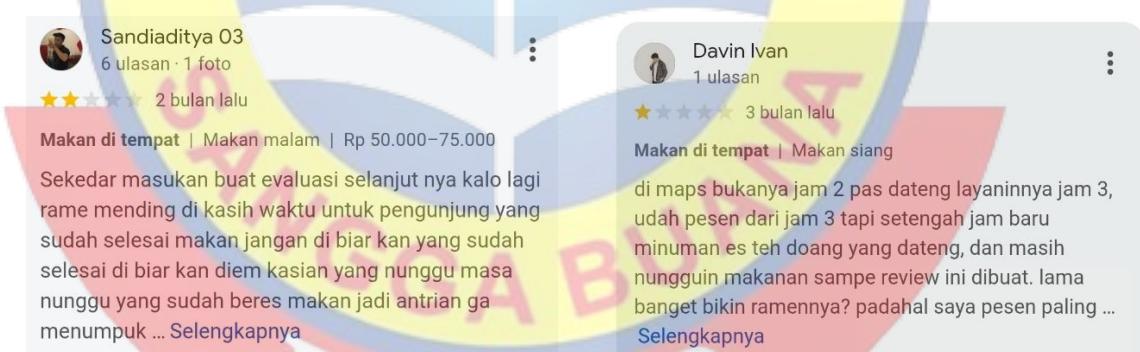
Kualitas pelayanan telah lama diidentifikasi sebagai determinan utama dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian oleh Alya Insani & Nina Madiawati (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Aspek-aspek seperti keramahan staf, kecepatan layanan, dan kemampuan untuk memenuhi harapan pelanggan menjadi indikator penting dalam menilai kualitas pelayanan. Hasil observasi peneliti dan ulasan pada *Google review* menunjukkan bahwa konsumen harus menunggu selama 30-40 menit, bahkan ada yang sampai 1 jam, karyawan terlihat tidak mampu berkomunikasi dengan baik kepada konsumen. Karyawan tidak konsisten dalam penyampaian informasi, kesopanan dan kepedulian karyawan kepada konsumen juga dianggap masih sangat kurang. Hasil ulasan Ramen Bajuri di *Google Review* menunjukkan skor rata-rata sebesar 4,4 dari 5. Namun, skor tersebut merupakan akumulasi dari berbagai aspek penilaian, di mana kontribusi terbesar berasal dari kualitas produk yang dinilai tinggi oleh konsumen. Sementara itu, aspek kualitas

pelayanan justru cenderung mendapat lebih banyak komentar negatif dari para pelanggan dengan hanya memberi bintang 1 atau 2 saja.

Tabel 1. 2
Hasil Ulasan Terkait Pelayanan Konsumen Ramen Bajuri Lengkong 2024

Bulan	Ulasan				
	★★★ ☆☆	★★ ☆☆	★★★	☆☆	☆
Juni	2	5	5	4	3
Juli	4	4	3	4	1
Agustus	2	3	5	3	6
September	0	4	6	8	4
Okttober	1	3	11	8	9
November	2	2	9	10	6
Desember	0	9	2	4	2

Sumber : Google Review Ramen Bajuri Lengkong



Gambar 1. 1 Ulasan Konsumen

Gambar 1. 2 Ulasan Konsumen

Lokasi restoran juga memainkan peran penting dalam menarik pelanggan. Penelitian Pratama & Yulianthini (2022) menemukan bahwa lokasi yang strategis dan mudah diakses memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Faktor-faktor seperti ketersediaan lahan parkir, keamanan lingkungan, dan kedekatan dengan pusat keramaian menjadi pertimbangan utama bagi konsumen

dalam memilih tempat makan. Lokasi Ramen Bajuri Lengkong tidak menyediakan tempat parkir yang luas dan hanya dapat digunakan kendaraan roda 2 saja, Papan nama atau “*sign*” pun sudah pudar dan kurang terlihat.

Meskipun banyak penelitian telah meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan, masih terdapat kesenjangan dalam literatur terkait interaksi antara kedua faktor ini, terutama dalam konteks restoran dengan segmentasi pasar menengah ke bawah. Penelitian oleh I. G. A. Pratama et al., (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di ADS Barbershop Gresik, sementara lokasi memiliki pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dapat bervariasi tergantung pada konteks dan jenis usaha.

Permasalahan kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan serta adanya kekurangan dalam lokasi usaha tersebut diperkuat oleh pendapat 20 responden yang merupakan konsumen Ramen Bajuri Lengkong mengenai kualitas pelayanan dan lokasi pada Ramen Bajuri Lengkong Bandung. Ada pun hasil penelitian awal kualitas pelayanan pada Ramen Bajuri Lengkong Bandung dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 1. 3
Hasil Kuesioner Pra Survey Penelitian Terkait Kualitas Pelayanan

No.	Variabel Kualitas Pelayanan	Jawaban Responden				Total	
		Ya		Tidak			
		F	%	F	%		
	Tangible (Berwujud)						
1.	Tampilan interior Ramen Bajuri menarik	7	35%	13	65%	100%	
2.	Fasilitas nyaman dan bersih	7	35%	13	65%	100%	
	Reliability (Keandalan)						
3.	Menyajikan makanan sesuai pesanan	8	40%	12	60%	100%	
4.	Karyawan mampu untuk berkomunikasi dengan baik	6	30%	14	70%	100%	
	Responsiveness (Daya Tanggap)						
5.	Pesanan disajikan dalam waktu yang cepat	5	25%	15	75%	100%	
6.	Siap tanggap menanggapi permintaan konsumen	7	35%	13	65%	100%	
	Assurance (Jaminan)						
7.	Karyawan selalu bersikap sopan kepada konsumen	8	40%	12	60%	100%	
8.	Karyawan memiliki pengetahuan mengenai menu yang tersedia	6	30%	14	70%	100%	
	Emphaty (Empati)						
9.	Karyawan mendengarkan keluhan konsumen	7	35%	13	65%	100%	
10.	Karyawan memberikan perhatian secara individu	6	30%	14	70%	100%	
Rata – rata		33,5%		66,5%		100%	
Pernyataan		20 Responden					

Sumber Data : Pra Survey Peneliti 20 Responden 2025

Berdasarkan tabel 1.2 yang merupakan hasil dari data pra survey yang telah dilakukan kepada 20 responden, merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan di

Ramen Bajuri. Dengan tingkat rata-rata 66,5% ketidakpuasan tertinggi terlihat pada aspek kecepatan layanan. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan adanya ketidakpuasan yang signifikan terhadap kualitas pelayanan di Ramen Bajuri Lengkong, yang dapat berdampak negatif pada loyalitas konsumen dan perlu menjadi perhatian bagi manajemen restoran untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

Tabel 1. 4
Hasil Kuesioner Pra Survey Penelitian Terkait Lokasi

No.	Variabel Lokasi	Jawaban Responden				Total	
		Ya		Tidak			
		F	%	F	%		
1.	Lokasi Ramen Bajuri Lengkong memiliki cukup tempat parkir untuk pengunjung	5	25%	15	75%	100%	
2.	Lokasi Ramen Bajuri Lengkong memiliki lingkungan yang nyaman untuk bersantap	8	40%	12	60%	100%	
3.	Lokasi Ramen Bajuri Lengkong cukup dekat dengan tempat-tempat menarik lainnya yang Anda kunjungi	6	30%	14	70%	100%	
Rata – rata		31,6%		69,4%		100%	
Pernyataan		20 Responden					

Sumber Data : Pra Survey Peneliti 20 Responden 2025

Berdasarkan data pra-survey yang melibatkan 20 responden mengenai variabel lokasi di Ramen Bajuri Lengkong, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen (75%) merasa bahwa lokasi restoran ini tidak memiliki cukup tempat

parkir untuk pengunjung, serta 60% responden merasa bahwa lingkungan di sekitar restoran tidak nyaman untuk bersantap. Selain itu, 70% responden juga berpendapat bahwa lokasi Ramen Bajuri tidak cukup dekat dengan tempat-tempat menarik lainnya yang mereka kunjungi. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan adanya ketidakpuasan yang signifikan terhadap aspek lokasi Ramen Bajuri Lengkong, yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk mengunjungi restoran tersebut dan perlu menjadi perhatian bagi manajemen untuk meningkatkan daya tarik lokasi.

Tabel 1. 5
Hasil Kuesioner Pra Survey Penelitian Terkait Loyalitas Konsumen

No.	Variabel Loyalitas Konsumen	Jawaban Responden				Total	
		Ya		Tidak			
		F	%	F	%		
1.	Akan merekomendasikan Ramen Bajuri Lengkong kepada teman atau keluarga Anda	8	40%	12	60%	100%	
2.	Berencana untuk kembali mengunjungi Ramen Bajuri Lengkong dalam waktu dekat	5	25%	15	75%	100%	
3.	Akan tetap memilih Ramen Bajuri Lengkong meskipun ada restoran ramen lain yang baru dibuka di sekitar lokasi Anda	7	35%	13	65%	100%	
Rata – rata		33,3%		65,7%		100%	
Pernyataan		20 Responden					

Sumber Data : Pra Survey Peneliti 20 Responden 2025

Berdasarkan data pra-survey yang melibatkan 20 responden mengenai variabel loyalitas konsumen di Ramen Bajuri Lengkong, dapat disimpulkan bahwa tingkat loyalitas konsumen tergolong rendah, dengan hanya 40% responden yang

bersedia merekomendasikan restoran ini kepada teman atau keluarga, dan 25% yang berencana untuk kembali mengunjungi dalam waktu dekat. Selain itu, 35% responden menyatakan bahwa mereka akan tetap memilih Ramen Bajuri meskipun ada restoran ramen lain yang baru dibuka di sekitar lokasi. Rata-rata, hanya 33,3% responden menunjukkan loyalitas terhadap Ramen Bajuri Lengkong, sementara 65% lainnya tidak merasa terikat untuk kembali, hal ini menandakan bahwa Ramen Bajuri Lengkong perlu melakukan upaya lebih untuk meningkatkan kepuasan dan pengalaman pelanggan agar dapat membangun loyalitas yang lebih kuat di antara konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang dan hasil responden yang telah menggambarkan permasalahan di atas, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang akan dicantumkan ke dalam sebuah skripsi dengan judul : **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen Ramen Bajuri Lengkong Bandung."** Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi manajemen Ramen Bajuri Lengkong dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan membangun loyalitas yang lebih kuat di antara konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jelaskan, maka dapat di identifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan tidak sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Lokasi yang kurang strategis dan tidak memiliki tempat parkir yang luas.
3. Adanya fluktuasi penjualan yang diakibatkan kurangnya loyalitas konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

1. Loyalitas konsumen akan dipengaruhi oleh banyak faktor, dalam penelitian ini hanya akan menggunakan 2 variabel, yaitu Kulitas Pelayanan dan Lokasi.
2. Subjek penelitian ini adalah Ramen Bajuri Lengkong Bandung.
3. Objek penelitian ini adalah pembeli atau konsumen Ramen Bajuri Lengkong Bandung yang diambil secara acak (*Random Sampling*), yang dijadikan populasi konsumen

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan, lokasi dan loyalitas konsumen Ramen Bajuri Lengkong Bandung
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Ramen Bajuri Lengkong Bandung
3. Seberapa besar pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Ramen Bajuri Lengkong Bandung
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Ramen Bajuri Lengkong Bandung

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen di Ramen Bajuri Lengkong Bandung. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang praktis bagi manajemen Ramen Bajuri Lengkong dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan memanfaatkan lokasi secara optimal untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, lokasi, dan loyalitas konsumen, serta memberikan kontribusi positif bagi pengembangan strategi pemasaran di industri kuliner.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis kualitas pelayanan, lokasi dan loyalitas konsumen pada Ramen Bajuri Lengkong Bandung.
2. Mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Ramen Bajuri Lengkong Bandung.
3. Mengukur pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Ramen Bajuri Lengkong Bandung.
4. Mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Ramen Bajuri Lengkong Bandung.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, serta mendapatkan pengetahuan dan mengimplementasikan dari konsep dan juga teori khususnya dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di industri kuliner.

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Peneliti mengharapkan mendapatkan ilmu pengetahuan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan pemahaman dan juga mengembangkan diri pada pengetahuan yang telah peneliti dapatkan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan juga saran terhadap perusahaan agar dapat meningkatkan serta menjaga kualitas pelayanan dan lokasi terhadap calon konsumen.

3. Bagi Pengambilan Keputusan (eksekutor)

Hasil penelitian ini di harapkan bisa dijadikan acuan penelitian dan bahan pertimbangan untuk memperhatikan kualitas pelayanan, lokasi dan loyalitas konsumen di kemudian hari.

4. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan sebagai bahan referensi ataupun kajian untuk penelitian selanjutnya yang khususnya berkaitan dengan kualitas pelayanan, lokasi dan loyalitas konsumen.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi

Lokasi yang dilakukan oleh peneliti untuk dijadikan bahan penelitian dan memperoleh data yaitu di Ramen Bajuri Lengkong yang beralamat di Jl. Sasak Gantung Jl. Lengkong Besar No.90, Cikawao, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40261.

1.7.2 Waktu Penelitian

Waktu dalam pelaksanaan penelitian adalah dilaksanakan selama 6 bulan terhitung dimulai dari bulan Maret hingga Agustus 2025 dengan penjadwalan sebagai berikut :

Tabel 1. 6
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan Penelitian					
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
1	Pengajuan judul penelitian						
2	Perizinan tempat penelitian						
3	Penyusunan BAB I						
4	Penyusunan BAB II						
5	Penyusunan BAB III						
6	Sidang usulan penelitian						
7	Penyusunan BAB IV						
8	Penyusunan BAB V						
9	Sidang akhir						

Sumber : Peneliti