**BAB I**

**PENDAHULUAN**

Pada bab ini, peneliti akan membahas mengenai pendahuluan penelitian. Awal dari pendahuluan ini merupakan latar belakang masalah yang berisikan kondisi dan permasalahan yang didapatkan melalui pra-penelitian berkaitan dengan objek penelitian, dalam penelitian ini latar belakang menjadi dasar utama untuk menyusun rumusan masalah. Setelah mendapatkan latar belakang masalah dapat dilakukannya identifikasi masalah, identifikasi masalah dapat dilakukan dengan melihat aspek-aspek apa saja yang menjadi permasalahan dalam pra-penelitian yang sudah dilakukan. setelah dilakukannya identifikasi masalah peneliti melakukan batasan masalah, dalam subbab ini peneliti membatasi permasalahan yang ada di identifikasi menjadi variabel bebas dan variabel terikat. setelah melakukan Batasan masalah peneliti melakukan pernyataan tentang hubungan antar variabel-variabel penelitian.

Selain itu terdapat batasan penelitian yang bertujuan untuk membatasi penelitian ini yang diakibatkan keterbatasannya waktu, tenaga dan biaya sehingga penelitian ini dapat terarahkan. Setelah ditetapkannya Batasan penelitian, peneliti juga menjelaskan tujuan dari penelitian ini dan manfaat yang diharapkan peneliti berkaitan dengan penelitian ini.

1. **Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan makan (*Sandang*) merupakan salah satu kebutuhan yang sangat diperlukan oleh manusia dan harus dipenuhi setiap harinya (dalam 1 hari 2-3 kali). Karna menjadi kebutuhan manusia yang harus dipenuhi setiap saat, banyak pihak baik perseorangan maupun kelompok yang membuka usaha *Restaurant* guna untuk mendapatkan keuntungan dari produk makanan yang dijual kepada para konsumen.

Salah satu dampak dari kebutuhan pangan manusia yang harus dipenuhi dalam jumlah besar adalah munculnya sebuah bisnis industri makanan (*Restaurant*). *Restaurant* bermanfaat untuk membantu manusia dalam memenuhi kebutuhan *Pangan*nya dengan berbagai variasi yang disediakan oleh *Restaurant-restaurant* yang ada.

Terdapat beberapa jenis *Restaurant* yang berdiri di Indonesia, salah satunya yaitu ([diemexalbum.blogspot.com](file:///C:\Users\Steven%20Lie%20Gunawan\Desktop\Skripsi\BAB%20I%20D'Cost.docx)):

1. *Fast Food Restaurant*, *Restaurant* tipe ini menawarkan menu yang terbatas, makanannya sudah disiapkan terlebih dahulu, dimasak dalam jumlah yang besar dan disimpan panas. Adapula makanan yang tidak banyak memerlukan proses pemasakan.
2. *Fast Casual*, tipe *Restaurant* ini adalah jenis restoran yang tidak menawarkan layanan meja penuh tetapi menjanjikan kualitas makanan dan suasana yang lebih dari sebuah restoran cepat saji tapi masih di bawah *Casual Dining*
3. *Family Restaurant*, tipe *Restaurant* ini menyediakan suasana kekeluargaan yang dapat dirasakan oleh para konsumen, tipe *Restaurant* ini memiliki target keluarga yang ingin makan Bersama dan sekelompok orang yang menginginkan makan bersama dengan suasana kekeluargaan.
4. *Casual Dining,* tipe restoran ini melayani hampir semua jenis keinginan konsumen termaksud pelayanan meja. Biasa orang-orang datang untuk mendapatkan berbagai variasi makanan dan suasana yang santai. Harga yang diberikan tergolong tidak tinggi.
5. *Fine Dining,* tipe restoran dengan pelayanan penuh dengan makanan yang lebih spesifik, khusus dan mewah. Suasana kemewahan yang didapatkan oleh konsumen

Di Indonesia terdapat berbagai restoran yang menyajikan tipe *Family Restaurant* antara lain adalah Ta Wan, Sana Sini *Restaurant*, Teras Dharmawangsa, D’Cost dan lainnya. ([www.tripadvisor.co.id](http://www.tripadvisor.co.id))

D’Cost merupakan salah satu restoran dengan tipe restoran keluarga yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen untuk memenuhi salah satu kebutuhan utamanya yaitu kebutuhan pangan. D’Cost dapat dipertimbangkan untuk menjadi salah satu tempat untuk memenuhi kebutuhan makan manusia dikarenakan D’Cost menyajikan menu makanan *seafood* dengan kualitas tinggi tapi harga murah yang dimana harga makanan *seafood* di restoran tergolong mewah. Hal tersebut menjadi sebuah peluang alas an awal didirikannya di jl. Kemang Raya, Jakarta Selatan, pada 9 September 2006. Dapat kita lihat dalam slogan yang dimiliki D’Cost yaitu “Mutu Bintang Lima Harga Kaki Lima”. Pada agustus 2012, D’Cost Seafood mendapatkan sertifikasi Halal dari LPPOM MUI sertifikasi Halal ini juga menjadikan D’Cost Seafood sebagai jaringan restoran hidangan laut bersertifikasi halal pertama. Selain itu, D’Cost Seafood juga banyak mendapatkan penghargaan dari institusi dan kementrian. ([www.dcostseafood.com](http://www.dcostseafood.com))

Kementrian perindustrian Republik Indonesia telah mencatat pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 8,67% di triwulan 2 tahun 2018, yang telah melampaui pertumbuhan ekonomi nasional yang sebesar 5,27%. ([www.tribunnews.com](file:///C:\Users\Steven%20Lie%20Gunawan\Desktop\Skripsi\BAB%20I%20D'Cost.docx))

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Produk Industri makanan Restoran D’Cost. Berdasarkan pernyataan Kementrian Perindustrian Republik Indonesia menyatakan bahwa industry makanan di Indonesia sedang bertumbuh sebesar 8,67% melebihi pertumbuhan ekonomi nasional yang sebesar 5,27%. Pertumbuhan sebuah restoran bisa disebabkan oleh beberapa faktor antara lain kualitas produk, kualitas layanan, citra merek, promosi dan lainnya, begitu pula yang sudah di lakukan oleh D’Cost seperti yang telah di kutip oleh [www.moneysmart.id](file:///C:\Users\Steven%20Lie%20Gunawan\Desktop\Skripsi\BAB%20I%20D'Cost.docx) D’Cost Seafood telah hadir dengan lebih dari 90 *outlet* yang tersebar di banyak tempat. Mulai dari Jabodetabek, Jambi, Medan, Malang, Palembang, Pekanbaru, Padang, Palangkaraya, Solo, Sukabumi, Surabaya, hingga Tasikmalaya. Empat cara yang dilakukan oleh D’Cost untuk mengembangkan bisnisnya dari satu *outlet* menjadi 90 *outlet* antara lain *Place,* promosi, kualitas produk dan diskon penjualan. Peneliti berminat meneliti beberapa aspek yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan restoran restoran D’Cost sehingga D’Cost dapat terus berkembang dan bertahan. Tepatnya penelitian ini di lakukan pada restoran D’Cost Seafood Binus, daerah RawaBelong, Wilayah Jakarta Barat.

Sebelum melakukan penelitian peneliti melakukan pra-penelitian terhadap Restoran D’Cost Seafood Binus, daerah RawaBelong, Wilayah Jakarta Barat. peneliti melakukan Pra-Penelitian dengan menyebarkan kuisioner kepada 30 orang responden yang telah membeli (mengkonsumsi) produk makanan restoran D’Cost Seafood Binus, daerah RawaBelong, Wilayah Jakarta Barat. Pra-penelitain ini dilakukan untuk mengetahui masalah apa saja yang dialami oleh konsumen produk makanan restoran D’Cost Seafood Binus, daerah RawaBelong, Wilayah Jakarta Barat. Berikut hasil dari pra-penelitian yang sudah dilakukan.

**Tabel 1.1 Hasil Pra-Penelitian**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | **Ya** | **Tidak** | **% masalah** |
| 1 | Mempercayai D’Cost dengan harga murah kualitas tinggi | 19 | 11 | 36,7% |
| 2 | Merek D’Cost memiliki reputasi yang baik | 21 | 9 | 30% |
| 3 | Produk makanan yang disajikan Higienis | 27 | 3 | 10% |
| 4 | Makanan yang disajikan lezat | 11 | 19 | 63,3% |

**Tabel 1.1 (Lanjutan) Hasil Pra-Penelitian**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | **Ya** | **Tidak** | **% masalah** |
| 5 | Porsi makanan yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan | 17 | 13 | 43,3% |
| 6 | Penataan makanan di piring yang menarik | 24 | 6 | 20% |
| 7 | Memiliki cara pembayaran yang mempermudah konsumen membayar | 28 | 2 | 6,7% |
| 8 | Memiliki pelayanan yang cepat tanggap | 16 | 14 | 46,7% |
| 9 | Penampilan pelayan yang menarik (rapih, tidak bau badan, DLL) | 24 | 6 | 20% |
| 10 | Suasana restoran yang nyaman | 20 | 10 | 33,3% |
| 11 | Promosi yang diberikan bervariasi | 17 | 13 | 43,3% |
| 12 | Promosi yang diberikan menarik konsumen untuk membeli | 16 | 14 | 46,7% |
| 13 | Banyak promosi D’Cost yang dijumpai | 18 | 12 | 60% |
| 14 | Restoran D’Cost merupakan restoran Favorite | 15 | 15 | 50% |
| 15 | Saya akan merekomendasikan restoran D’Cost kepada keluarga dan teman saya | 15 | 15 | 50% |
| 16 | Saya akan membeli makanan di restoran D’Cost terus | 19 | 11 | 36,7% |
| 17 | Akses restoran D’Cost Mudah dijangkau | 19 | 11 | 36,7% |
| 18 | Parkiran D’Cost luas | 17 | 13 | 43,3% |
| 19 | Harga yang ditetapkan tergolong murah | 23 | 7 | 23,3% |
| 20 | Harga sesuai dengan makanan yang disajikan | 20 | 10 | 33,3% |

**Tabel 1.2 Daftar Indikasi Masalah**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Indikasi Masalah Utama** | **Identifikasi Masalah/Variabel Penelitian** |
| 1 | Mempercayai D’Cost dengan harga murah kualitas tinggi | Citra Merek |
| Merek D’Cost memiliki reputasi yang baik |
| 2 | Produk makanan yang disajikan Higienis | Kualitas Produk |
| Makanan yang disajikan lezat |
| Porsi makanan yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan |
| Penataan makanan di piring yang menarik |

**Tabel 1.2 (Lanjutan) Daftar Indikasi Masalah**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Indikasi Masalah Utama** | **Identifikasi Masalah/Variabel Penelitian** |
| 3 | Memiliki cara pembayaran yang mempermudah konsumen membayar | Kualitas Layanan |
| Memiliki pelayanan yang cepat tanggap |
| Penampilan pelayan yang menarik (rapih, tidak bau badan, DLL) |
| Suasana restoran yang nyaman |
| 4 | Promosi yang diberikan bervariasi | Promosi |
| Promosi yang diberikan menarik konsumen untuk membeli |
| Banyak promosi D’Cost yang dijumpai |
| 5 | Restoran D’Cost merupakan restoran Favorite | Loyalitas Pelanggan |
| Saya akan merekomendasikan restoran D’Cost kepada keluarga dan teman saya |
| Saya akan membeli makanan di restoran D’Cost terus |

Menurut hasil Pra-penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa masalah yang dirasakan oleh konsumen mengenai produk makanan D’Cost Seafood Binus adalah *Brand Image*, *Product Quality*, *Service Quality*, *Promotion*, dan *Customer Loyality*. Dari hasil tersebut membuat konsumen kemungkinan besar tidak akan membeli kembali produk makanan Restoran D’Cost dengan bukti persen masalah yang terdapat pada *Customer Loyality* sebesar 50% dan 36,7%.

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan hasil Pra-penelitian, terdapat indikasi-indikasi bermasalah yang telah diidentifikasi untuk menjadi variable-variabel penelitian lebih lanjut adalah:

1. Bagaimana *Brand Image* Restoran D’Cost Seafood Binus?
2. Bagaimana *Product Quality* Restoran D’Cost Seafood Binus?
3. Bagaimana *Service Quality* Restoran D’Cost Seafood Binus?
4. Bagaimana *Promotion* Restoran D’Cost Seafood Binus?
5. Bagaimana *Customer Loyality* Restoran D’Cost Seafood Binus?

Untuk memfokuskan penelitian ini dipilihlah variabel *Product Quality, Service Quality* dan *Promotion* sebagai variabelX dan *Customer Loyality* variabel Y dalam penelitian ini, dengan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Loyality?*
2. Apakah terdapat pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyality?*
3. Apakah terdapat pengaruh *Promotion* terhadap *Customer Loyality?*
4. **Batasan Masalah**

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang mendukung terbentuknya hubungan atau pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya.

1. **Pengaruh Kualitas Produk terhadap loyalitas konsumen.**

Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya dapat menimbulkan loyalitas konsumen terhadap produk yang dikonsumsi. Sebaliknya, konsumen yang kecewa akan memunculkan keinginan untuk beralih ke produk lain yang sejenis. Pernyataan ini didukung oleh beberapa hasil penelitian terdahulu yang menyatakan berpengaruh secara signifikan. Diantaranya oleh Saraswati, Kumadji dan Abdillah (2014), Kurniawati, Suharyono dan Kusumawati (2014), dan dengan riset *Gap* yang menyatakan tidak berpengaruh secara signifikan yang diteliti oleh Basith, Kumadji dan Hidayat (2014).

Dengan demikian, variabel Kualitas Produk dapat dipilih dalam penelitian ini sebagai variabel yang memengaruhi loyalitas konsumen.

1. **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen.**

Konsumen yang puas terhadap layanan yang diberikan oleh restoran penyedia makanan yang dikonsumsinya dapat membuat loyalitas konsumen terhadap produk restoran yang dikonsumsinya. Sebaliknya, bila konsumen yang tidak puas terhadap layanan yang diberikan oleh restoran penyedia makanan yang dikonsumsinya dapat membuat konsumen berpindah ke produk lain yang sejenis. Pernyataan ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan berpengaruh secara signifikan. Diantaranya oleh Saraswati, Kumadji dan Abdillah (2014), Zain (2013) dan dengan riset *Gap* yang menyatakan tidak berpengaruh secara signifikan yang diteliti oleh Basith, Kumadji dan Hidayat (2014).

Dengan demikian variabel Kualitas Layanan dapat dipilih dalam penelitian ini sebagai variabel yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen.

1. **Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen**

Promosi dari pihak restoran yang menarik dan terus-menerus dapat membuat loyalitas konsumen terhadap produk restoran yang dikonsumsinya. Sebaliknya, bila promosi yang diberikan tidak menarik perhatian dan jarang ditemui dapat membuat konsumen untuk beralih ke produk lain yang sejenis dikarenakan promosi produk lain itu dapat menarik konsumen untuk membeli. Pernyataan ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Diantaranya Zain (2013) dan Kakashi, Mandey dan Tumbuan (2014).

Dengan demikian variabel Promosi dapat dipilih dalam penelitian ini sebagai variabel yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen.

Berdasarkan masalah-masalah yang terindentifikasi dan keterkaitan antarvariabel yang ditetapkan berdasarkan hasil penelitian-penelitian terdahulu seperti yang telah dijelaskan di atas, maka variabel-variabel dalam penelitian ini dibatasi pada:

1. Loyalitas Pelanggan,
2. Kualitas Produk,
3. Kualitas Layanan,
4. Promosi
5. **Batasan Penelitian**

Supaya penelitian ini terarah, maka penelitian ini akan dibatasi sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah *Restaurant* D’Cost Seafood Binus, daerah RawaBelong, Wilayah Jakarta Barat.
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen Restoran D’Cost Seafood Binus.
3. Variabel yang diteliti adalah Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi dan Loyalitas Konsumen.
4. Responden yang dipilih adalah konsumen yang pernah membeli Produk makanan Restoran D’Cost Seafood Binus.
5. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan variabel-variabel pada Batasan masalah penelitian yang digunakan, rumusan masalah pada penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

“Pengaruh *Product Quality, Service Quality,* dan *Promotion* terhadap Loyalitas Konsumen Restoran D’Cost Seafood Binus, daerah RawaBelong, Wilayah Jakarta Barat.”

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, pertanyaan-pertanyaan penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Apakah *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customers Loyalty* konsumen restoran D’Cost Seafood Binus?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customers Loyalty* konsumen restoran D’Cost Seafood Binus?
3. Apakah *Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customers Loyalty* konsumen restoran D’Cost Seafood Binus?
4. Apakah *Product Quality*, *Service Quality*, *Promotion* dan *Customers Loyalty* sudah dinilai baik oleh konsumen Restoran D’Cost Seafood Binus?
5. **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian pada Restoran D’Cost Seafood Binus ini untuk:

1. Mengetahui dan membahas pengaruh dan signifikan *Product Quality* terhadap *Customers Loyalty* konsumen Restoran D’Cost Seafood Binus.
2. Mengetahui dan membahas pengaruh dan signifikan *Service Quality* terhadap *Customers Loyalty* konsumen Restoran D’Cost Seafood Binus.
3. Mengetahui dan membahas pengaruh dan signifikan *Promotion* terhadap *Customers Loyalty* konsumen Restoran D’Cost Seafood Binus.
4. Mengetahui dan membahas *Product Quality*, *Service Quality*, *Promotion*, dan *Customers Loyalty* konsumen Restoran D’Cost Seafood Binus.
5. **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yang terlibat baik secara teoritis dan praktis:

1. **Manfaat Teoritis**
2. Penilitan ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber penambah ilmu pengetahuan dalam bidang Pendidikan di bagian pemasaran yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi dan loyalitas Pelanggan pada industri restoran di Jakarta.
3. Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi refensi bagi peneliti-peneliti berikutnya yang akan meneliti mengenai Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi dan Loyalitas Pelanggan.
4. **Manfaat Praktis**
5. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi pihak manajemen dari restoran untuk mengetahui apa saja yang menjadi kelebihan kekurangan dari pihak manajemen restoran tersebut dan membantu dalam menentukan strategi atau rencana apa yang akan dilaksanakan berkaitan dengan Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi dan Loyalitas Pelanggan.
6. Penelitian ini daharapkan bisa menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berbisnis di dalam industri makanan (restoran) untuk menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi dan Loyalitas.