

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini untuk ekonomi Indonesia umumnya didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga sehingga industri makanan dan minuman berkembang pesat. Pada zaman sekarang sudah banyak usaha yang bermunculan, salah satunya usaha dalam bidang makanan dan minuman. Usaha dalam bidang makanan dan minuman ini merupakan usaha yang peminatnya tidak pernah sepi dan termasuk salah satu kebutuhan dasar manusia yang paling sering di cari oleh banyak orang. Selain itu juga adanya perubahan gaya hidup di pusat perkotaan Indonesia sebagian besar mengikuti tren pasar yang sudah mapan didukung dengan pekerja kantoran yang tidak memiliki banyak waktu untuk memasak sehingga mencari alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan makanan sehari-hari. Alternatif tersebut seperti restoran yang menyediakan makanan ala rumahan, padang, *chinese food* dan lain-lain.

Restoran berasal dari kata *restaurer* atau *restore*, istilah dalam bahasa perancis yang artinya membangkitkan tenaga, nama tersebut digunakan pada zaman romawi kuno sampai abad ke-16. Pada abad ke-18 tempat tersebut mulai berkembang dengan nama *restaurant* yang berasal dari bahasa inggris, pada masa itu dapat diartikan sebagai sebuah pondok untuk tempat para pelancong singgah dan makan

Restoran memiliki 2 jenis yaitu restoran mewah dan casual. Restoran mewah lebih mengutamakan seni tampilan dan peralatan makan yang mewah sedangkan restoran casual menyediakan menu makanan sehari-hari dengan sederhana. (Glori Online Store, 2022)

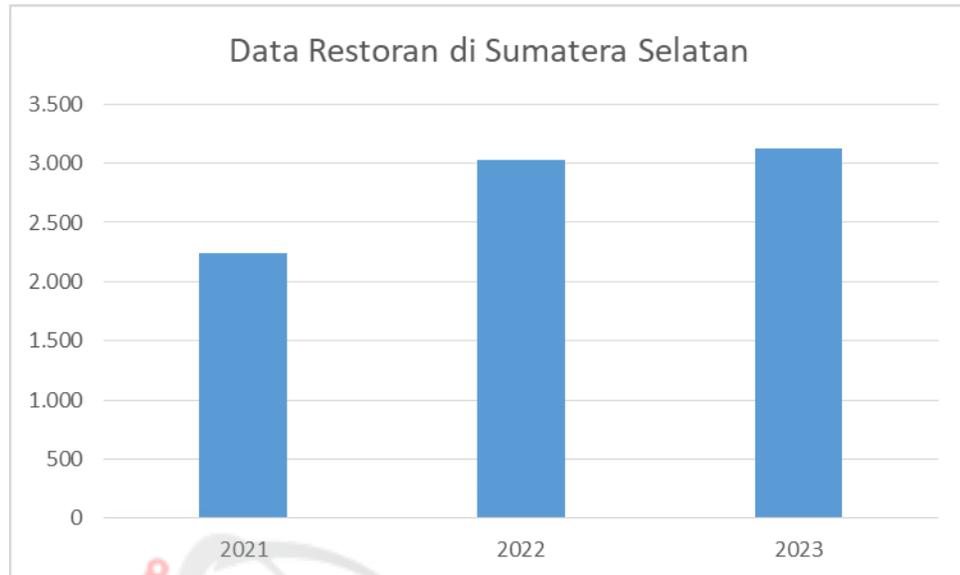
Industri restoran adalah salah satu sektor bisnis yang sangat penting dan terus berkembang di seluruh dunia. Di era digital dan internet seperti sekarang, pelanggan memiliki akses yang lebih mudah untuk mencari informasi tentang restoran dan makanan yang mereka inginkan, sehingga membuat persaingan dalam industri restoran menjadi semakin ketat (Nugroho dan Yulianto 2024). Industri makanan dan minuman mengalami peningkatan sebesar 7% yang didorong salah satunya oleh pertumbuhan kelas menengah sekitar 53 juta jiwa dengan jumlah tersebut tentunya membuka peluang bagi pelaku bisnis café dan restoran sehingga 49,25% populasi Indonesia menghabiskan uang mereka di makanan dan minuman (Iip M Aditiya, 2024). Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya restoran-restoran baru yang mulai bermunculan baik yang di kelola oleh pengusaha lokal maupun waralaba internasional (*Franchising*), yang menawarkan beragam menu dengan cita rasa yang beragam. Seiring dengan semakin kompetitifnya industri restoran.

Kementrian perindustrian (Kemenperin) mencatat industri makanan dan minuman berperan penting dalam menopang pertumbuhan ekonomi. Kontribusi dalam sektor ini pada triwulan I tahun 2024 sebesar 39,91% terhadap PDB industri Non-Migas dan 6.97% terhadap PDB nasional. PDB industri makanan dan

minuman mengalami peningkatan menjadi 5,87% pada triwulan I tahun 2024 dibanding periode sebelumnya sebesar 5,33%. (Fadilah,2024).

Pasokan makanan, restoran, dan industri sejenis di Indonesia mencatat tren pertumbuhan positif pada tahun 2010 hingga 2019. Namun pada tahun 2020, produk domestik bruto (PDB) industri mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal ini disebabkan dampak pandemi virus corona, antara lain pembatasan sosial, penutupan usaha sementara, dan perubahan perilaku konsumen. Sebelum pandemi, grafik menunjukkan bahwa PDB industri pemasok makanan dan minuman terus meningkat, namun dengan beberapa fluktuasi dari tahun ke tahun. Namun, penurunan terjadi pada tahun 2020, yang menunjukkan bahwa sektor industri ini sangat terkena dampak krisis kesehatan global. Kemudian di tahun 2021 hingga 2023 mulai mengalami peningkatan yang cukup signifikan dikarenakan virus corona telah selesai (Pratiwi 2022).

Perkembangan bisnis kuliner di Sumatera Selatan menjadi salah satu dari sekian banyak bisnis yang berkembang dengan pesat terkhususnya di kota Palembang. Badan Pusat Statistik mengatakan bahwa pertumbuhan restoran di Sumatera Selatan mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Berikut peneliti lampirkan grafik perkembangan Restoran di Sumatera Selatan.



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2024

Gambar 1.1 Pertumbuhan Restoran Di Sumatera Selatan

Berdasarkan pada gambar 1.1 yang telah di tampilkan diatas menunjukkan pertumbuhan restoran di Sumatera Selatan terbukti pada tahun 2021 mencapai 2.239 lalu di tahun 2022 mengalami kenaikan mencapai 3.031 dan di tahun 2023 mengalami kenaikan juga yaitu mencapai 3.122.

Kota Palembang merupakan salah satu kota yang cukup terkenal dengan makanan khasnya seperti pindang, pempek, kerupuk, kemplang dan makanan khas lainnya, beberapa restoran yang berada di kota Palembang menyediakan berbagai makanan tersebut, salah satu restoran cukup terkenal di kota Palembang yaitu Roemah Merdeka.

Restoran Merdeka ini berdiri sejak tahun 2021, tepatnya di Jl. Merdeka Kota Palembang. Restoran ini memiliki Konsep yang terinspirasi oleh nama jalan yaitu Jl Merdeka, selain itu restoran ini sering kali dipilih untuk acara-acara resmi

maupun perayaan pribadi karena suasana yang menarik dan juga letaknya cukup strategis yang berada di pusat kota. Restoran ini memiliki fasilitas yang cukup lengkap mulai dari area parkir, spot foto yang *Instagramable*, selain itu restoran ini juga menawarkan hidangan kuliner khas Palembang dengan menawarkan pengalaman kuliner yang memadukan cita rasa tradisional dan modern. Tempat ini sangat cocok untuk di kunjungi oleh semua kalangan. Namun, Roemah Merdeka menghadapi tantangan dalam beberapa tahun terakhir, Hal ini dapat dilihat dari naik turunnya jumlah pelanggan yang mengunjungi Roemah Merdeka. Berikut penulis lampirkan data pengunjung Roemah merdeka selama 3 tahun.

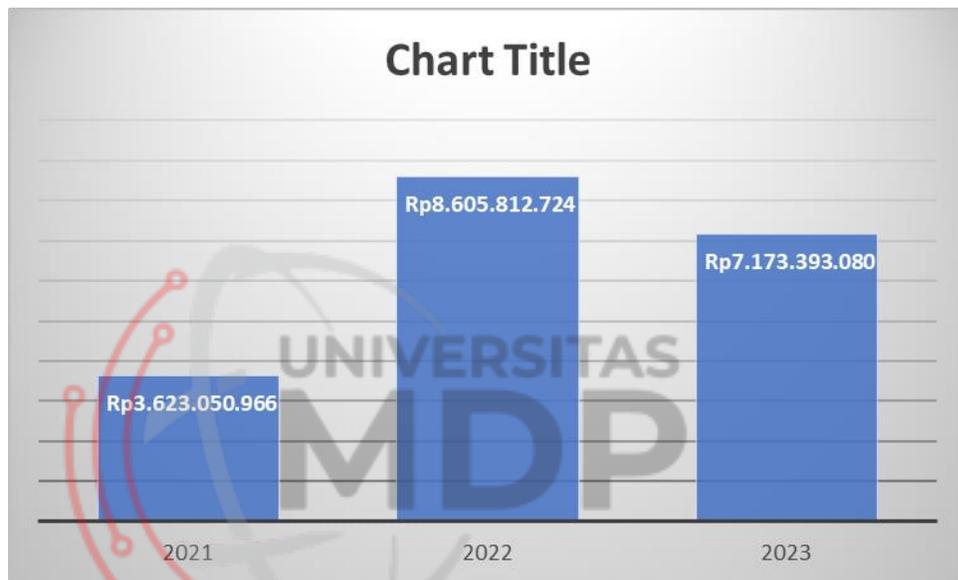
Tabel 1.1 Pengunjung Roemah Merdeka Selama 3 Tahun

Tahun	Total Pelanggan
2021	31.427
2022	71.453
2023	62.381
Total	165.261

Sumber : Data Pelanggan Roemah Merdeka Palembang, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat data pengunjung yang datang ke Roemah Merdeka Palembang, dengan total pengunjung pada tahun 2021 berjumlah 31.427, pada tahun 2022 berjumlah 71.453 dan di tahun 2023 berjumlah 62.381. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa ketertarikan pelanggan terhadap Roemah Merdeka cukup baik dengan adanya peningkatan walaupun pada tahun 2023 mengalami penurunan yang tidak terlalu signifikan.

Untuk menjaga kesetiaan pelanggan Roemah Merdeka kini bekerja sama dengan gojek dan grab untuk memudahkan pelanggan membeli makanan. Pelanggan dapat membayar secara tunai atau non-tunai. Restoran ini juga menjaga kebersihan dan kualitas makanan dengan baik.



Sumber : Roemah Merdeka, 2024

Gambar 1.2 Grafik Pendapatan Roemah Merdeka selama 3 tahun

Dari gambar 1.2 dapat dilihat pendapatan Roemah Merdeka Palembang pada 3 tahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2021 omsetnya mencapai Rp3.623.050.966 pada tahun 2022 mengalami kenaikan mencapai Rp 8.605.812.724 dan di tahun 2023 mengalami penurunan Rp 7.173.393.080.

Loyalitas pelanggan menunjukkan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian ulang yang ditentukan oleh seberapa baik promosi yang dilakukan Roemah Merdeka dan sebaik apa layanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang ada di Roemah Merdeka.

Selain itu loyalitas pelanggan pasti berawal dari rasa puas dan percaya terhadap apa yang diberikan oleh restoran maka dari itu Roemah Merdeka harus tetap dapat menciptakan dan memelihara loyalitas pelanggan. Menurut Rifa'I (2019) faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan yaitu Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan.

Menurut Reichheld dan Sasser (Rifa'I 2019, h.52) loyalitas pelanggan dipahami sebagai sikap konsumen yang memiliki korelasi yang positif dengan performa bisnis perusahaan. Loyalitas menyangkut tentang sikap dan perilaku yang mengukur tingkat puas atau tidak puasnya pelanggan terhadap suatu produk.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah promosi. Promosi merupakan salah satu variabel yang memiliki peran penting dalam berkomunikasi dengan para pelanggan. Menurut Sistaningrum (Satriadi *et al* 2021, h.94) Promosi ialah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang.

Promosi juga termasuk faktor pendorong yang penting dalam meningkatkan loyalitas. Roemah Merdeka melakukan banyak kegiatan promosi penjualan salah satunya adanya paket bundling, paket bundling merupakan gabungan beberapa produk dalam satu paket dengan harga yang lebih murah, selain itu memanfaatkan jasa influencer untuk membagikan pengalaman mereka di Roemah Merdeka melalui media sosial. Selain itu mengadakan acara seperti live musik untuk menarik

kerumunan sehingga membuat Roemah Merdeka menjadi dikenal di komunitas setempat, promosi lain yang dilakukan Roemah Merdeka adalah promosi berdasarkan kalender, menyesuaikan promosi dengan hari-hari besar seperti lebaran, natal, tahun baru atau hari kemerdekaan dengan menawarkan menu special dan potongan harga khusus pegawai dengan hanya menunjukkan *ID Card*. Maka dari beberapa promosi yang ditawarkan kepada pelanggan Roemah Merdeka dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Tetapi setelah interview beberapa pelanggan di Roemah Merdeka dinyatakan bahwa tidak semua informasi promosi yang diberikan sampai kepada pelanggan karena adanya kendala di platform digital. Tidak semua kalangan mengerti cara menggunakan platform digital salah satunya orang yang sudah berumur.

Loyalitas Pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh Kualitas layanan Menurut a Zeithaml & Bitner (Rifa'i 2019, h.79) Kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap nilai atau nama baik perusahaan, demikian pula nilai berdampak pada kepuasan pelanggan, kepuasan dan loyalitas. Kualitas layanan adalah layanan yang diberikan oleh seseorang dan diteruskan kepada orang lain. Ketika pelanggan puas dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan, hal itu mengarah pada loyalitas pelanggan dalam mencapai kemauan dan keinginan mereka untuk membeli sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Layanan yang diberikan oleh Roemah Merdeka, Pegawai Roemah Merdeka yang ramah, pakaian pegawai yang rapi, pelayanan yang cepat, dan responsif. Ketika pelanggan merasa dihargai dan dilayani dengan baik mereka cenderung

untuk kembali dan merekomendasikan restoran kepada orang lain. Tetapi saat ini masih ada beberapa pegawai yang kurang rapi, kurang ramah, dan pelayanannya kurang.

Menurut Willie (Satriadi *et al* 2021, h.74) kepuasan pelanggan merupakan definisi bahwa “Suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa”. Sebagai tanggapan dari pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa sehingga menjaga kepercayaan. Roemah Merdeka mempertahankan cita rasa sehingga pelanggan merasa puas dan selalu berusaha untuk memperbaiki apabila mendapatkan kritik dari pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari kombinasi kualitas makanan, pelayanan, dan suasana restoran. Menu yang bervariasi dan lezat bersama dengan pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman yang memuaskan sehingga pelanggan yang puas lebih mungkin menjadi loya dan setia terhadap Roemah Merdeka. Setelah melakukan interview kepada beberapa pelanggan di Roemah Merdeka masih ada beberapa pelanggan merasa belum puas karena kurangnya kualitas layanan yang diberikan.

Kepercayaan yang diberikan Roemah Merdeka kepada pelanggan Menurut Deutsch (Rifa'I 2019, hal.62) kepercayaan adalah perilaku individu, yang mengharapkan seseorang agar memberi manfaat positif. Adanya kepercayaan karena individu yang dipercaya dapat memberi manfaat dan melakukan apa yang diinginkan oleh individu yang memberikan kepercayaan. Sehingga, kepercayaan

menjadi dasar bagi kedua pihak untuk melakukan kerjasama. Kepercayaan dapat dibangun melalui kualitas makanan, transparansi harga, dan tanggung jawab dalam pelayanan. Ketika pelanggan percaya bahwa Roemah Merdeka akan konsisten dalam memberikan pengalaman yang baik, sehingga loyalitas pelanggan semakin meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Adhya Satrya N & Anton Eko Y (2024) menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Faisyal N, Andini, Restu dan Iskandar A (2020) menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari penelitian yang dilakukan oleh Efrida Julianti H, Elida Florentina Sinaga S dan Bhakti H (2022) menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari penelitian yang dilakukan oleh Rahmat G, Muh Nishar, Hamsyah dan Erwin (2022) menyimpulkan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan data latar belakang masalah yang didapat maka, peneliti tertarik meneliti lebih lanjut Roemah Merdeka dengan judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Roemah Merdeka Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Roemah Merdeka Palembang Secara Parsial?
2. Bagaimana Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Roemah Merdeka Palembang Secara Simultan?

1.3 Ruang lingkup Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang sebelumnya, maka di dapatkan ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Independent Pada Penelitian Ini ialah Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan.
2. Variabel Terikat Pada Penelitian Ini ialah Loyalitas Pelanggan Responden pada penelitian ini ialah pelanggan yang memiliki Loyalitas Pelanggan pada Roemah Merdeka Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Menganalisis pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Roemah Merdeka Palembang.
- b. Menganalisis pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Roemah Merdeka Palembang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai adalah:

- 1) Bagi bisnis usaha, dapat dijadikan bahan pertimbangan sebagai informasi dan sarana perbaikan yang diperlukan sehubungan dengan menganalisis pengaruh promosi, kualitas layanan,kepuasan pelanggan,dan kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Roemah Merdeka Palembang.
- 2) Bagi penulis, dapat mengetahui masalah yang sedang dihadapi oleh Roemah Merdeka Palembang sehubungan dengan menganalisis pengaruh promosi, kualitas layanan,kepuasan pelanggan,dan kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Roemah Merdeka Palembang.
- 3) Bagi pembaca, pada penelitian ini diharapkan para pembaca bisa mendapatkan informasi serta wawasan penelitian dan bisa menjadi bahan

perbandingan untuk menambah referensi bagi pembaca mengenai pengaruh promosi, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Roemah Merdeka Palembang.

1.6 Sistematika Penelitian

Adapun sistematika penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada penelitian BAB I membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada penelitian BAB II ini membahas mengenai tinjauan pustaka mengenai antara lain landasan teori yang dibahas yaitu promosi, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Roemah Merdeka Palembang. Penelitian ini juga membahas mengenai penelitian sebelumnya juga menurut teori para ahli serta teori yang dipakai, membuat kerangka pemikiran dari rumusan masalah dan hipotesis.

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian BAB III membahas objek metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek/subjek penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data dan analisis data dalam pengambilan sampel dan populasi yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai pengolahan data yang telah didapatkan yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang diteliti oleh penulis. Dalam bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan penulis juga akan memberikan saran bagi perusahaan, peneliti selanjutnya dan bagi penulis sendiri.