

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan zaman yang semakin maju menyebabkan persaingan bisnis kuliner antar perusahaan semakin ketat. Bisnis dalam bidang kuliner adalah bisnis yang tidak pernah ada matinya, bisnis dalam bidang kuliner akan selalu diminati oleh masyarakat. Indonesia merupakan negara kaya akan kuliner yang mempunyai bahan masakan dan rempah-rempah yang cukup banyak untuk menunjang kegiatan kuliner. Sektor kuliner merupakan sektor penting dalam upaya pemenuhan kebutuhan bahan pangan masyarakat Indonesia. Adanya inovasi dalam dunia kuliner akan mendukung upaya dalam pemenuhan pangan masyarakat.

Budaya dan kebiasaan masyarakat Indonesia yang suka mengonsumsi makanan pedas mendorong para wirausaha untuk berinovasi dengan menciptakan jenis makanan pedas yang baru. Banyak makanan pedas yang di tawarkan pada masyarakat, namun kebanyakan masyarakat akan lebih tertarik pada makanan yang unik dan memiliki cita rasa pedas yang khas dan berbeda dari biasanya. Usaha untuk memenuhi konsumsi masyarakat Indonesia terhadap makanan pedas yaitu banyak bermunculan restoran, rumah makan dan kedai yang menyediakan makanan pedas dengan berbagai level tingkat kepedasan. Salah satu contoh rumah makan, restoran dan kedai yang menjual makanan pedas di Kabupaten Lumajang diantaranya yaitu Ayam Pedas Mbok Judes, Ceker Setan Pondok Bambu, Mie Nyonyor, Mie Ibliss, Mie Semeru dan Ayam Geprek. Terdapat banyak rumah makan yang menjual makanan pedas dapat menguntungkan konsumen karena, konsumen dapat memilih restoran mana yang akan mereka datangi untuk menikmati masakan pedas yang sesuai dengan selera mereka.

Menurut Rangkuti (2004) dalam Sangadji (2013:327) citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dari benak konsumen. Salah satu strategi yang dapat menarik minat konsumen untuk loyal terhadap suatu produk adalah citra merek karena, merek yang unik dan menarik serta mampu menginterpretasikan perusahaan dapat membuat konsumen memiliki persepsi

yang baik tentang perusahaan tersebut. Rumah makan Mie Semeru memiliki citra merek yang unik karena, nama rumah makan dan produk yang dihasilkan diambil dari nama-nama wisata alam di Kabupaten Lumajang. Nama Mie Semeru diambil dari wisata gunung semeru, produk yang dihasilkan dengan nama unik yaitu mie semeru level aman-waspada, paket *bascamp* 1-4, minuman ranu kumbolo, bukit cinta, bukit teletubis, millo monster dan lain – lain.

Menurut Prajati (2013) dalam Astuti dan Matondang (2020:6) kualitas produk merupakan suatu kondisi dimana suatu barang memiliki nilai sesuai dengan standart ukuran yang telah ditetapkan. Suatu perusahaan dalam membuat produk sebaiknya menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga produk dapat bersaing di pasaran dan menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Mie Semeru berusaha menciptakan masakan dengan berbagai tingkat level kepedasan yaitu level aman (tanpa cabai), level normal, waspada, siaga dan awas. Rumah makan ini tidak hanya menarik konsumen dengan sajian mie berbagai level kepedasan saja melainkan juga sajian lain seperti siomay, salad, arcapada, udang terbang, udang selimut, bakpau dan kalimati, selain itu juga menyajikan minuman varian rasa yang lagi laris atau *ng-trend* di kalangan anak muda, sehingga dapat dinikmati dan disukai oleh anak muda, karena segmen Mie Semeru adalah kalangan remaja.

Menurut Kusumawati (2018) kualitas layanan adalah penilaian pelanggan atau *klien* terkait kinerja keseluruhan dari layanan organisasi dan jasa. Pelayanan merupakan aktivitas yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai kepuasan dan harapan sehingga konsumen menjadi loyal. Rumah makan Mie Semeru menyediakan fasilitas fisik yang cukup lengkap tetapi tidak menyediakan tisu di meja makan, ada yang berpendapat bahwa pelayanan di Rumah Makan Mie Semeru sudah cukup memuaskan ada juga yang berpendapat bahwa pelayanan kurang memuaskan.

Menurut Gremler dan Brown (1997) dalam Firmansyah (2019:47) bahwa loyalitas konsumen adalah konsumen yang tidak hanya membeli ulang barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan

jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli. Loyalitas timbul karena adanya citra merek positif, kualitas produk yang baik dan diiringi dengan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah variabel citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara serempak terhadap loyalitas konsumen rumah makan Mie Semeru di Kelurahan Citrodiwangsan Kabupaten Lumajang?
2. Apakah variabel citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen rumah makan Mie Semeru di Kelurahan Citrodiwangsan Kabupaten Lumajang?
3. Variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen rumah makan Mie Semeru di Kelurahan Citrodiwangsan Kabupaten Lumajang?

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas, adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis variabel citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berpengaruh secara serempak terhadap loyalitas konsumen rumah makan Mie Semeru di Kelurahan Citrodiwangsan Kabupaten Lumajang.
2. Untuk menganalisis variabel citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen rumah makan Mie Semeru di Kelurahan Citrodiwangsan Kabupaten Lumajang.
3. Untuk menganalisis variabel manakah variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen rumah makan Mie Semeru di Kelurahan Citrodiwangsan Kabupaten Lumajang.

#### **1.4 Manfaat**

##### **1. Bagi Penulis**

Manfaat penelitian ini bagi penulis yaitu untuk menambah pengetahuan yang lebih mengenai peranan perilaku konsumen terhadap suatu usaha dan penulis dapat mengaplikasikan pengetahuan teori yang telah diperoleh selama kuliah di Politeknik Negeri Jember.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pihak rumah makan Mie Semeru mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Mie Semeru, untuk itu hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan untuk kepentingan rumah makan Mie Semeru dalam menentukan strategi-strategi dalam meningkatkan loyalitas konsumen yang tepat di waktu mendatang.

##### **3. Bagi Akademik**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan rujukan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian mendatang yang berkaitan dengan citra merek, kualitas produk, kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.

