

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di bidang usaha pada era modern tidak hanya terjadi antar daerah melainkan secara global. Persaingan yang setiap tahun semakin ketat akan menuntut para pelaku usaha untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka dalam menarik konsumen, mempertahankan produk serta menangani para pesaingnya. Berbagai strategi dilakukan agar suatu usaha dapat bertahan dalam menghadapi pesaingnya. Salah satu hal yang paling penting dalam membangun usaha adalah bagaimana cara menarik dan mempertahankan konsumen tersebut. Konsumen merupakan poin penting akan kesuksesan suatu bisnis. Suatu usaha dapat bertahan dan berkembang apabila produk yang diciptakan selalu diinovasi secara terus menerus. Inovasi dilakukan agar suatu usaha bisa kompetitif dan menjaga konsumen agar tetap loyal terhadap produk yang diciptakan.

Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin modern menimbulkan peningkatan pertumbuhan di sektor kuliner. Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) mencatatkan sektor kuliner di Jawa Timur (Jatim) mengalami pertumbuhan hingga lebih dari 20 persen sepanjang 2018. Di Kabupaten Jember, tingkat konsumsi per rumah tangga juga mengalami peningkatan. Menurut *jemberkab.go.id* pengeluaran konsumsi per rumah tangga di Jember pada tahun 2018 adalah Rp. 5.399.452 per bulan atau naik sebesar Rp. 1.918.528 dari Survei Biaya Hidup tahun 2012 yang sebesar Rp. 3.480.924. Peningkatan ini memberikan peluang bagi masyarakat untuk membuka usaha kuliner agar bisa memenuhi konsumsi warga Jember. Semakin banyaknya pengusaha di bidang kuliner menyebabkan persaingan antar pengusaha juga tidak bisa dihindari. Pengusaha harus bisa menjaga loyalitas konsumen agar dapat bertahan diantara para pesaing. Menurut Marconi (1993) dalam Priyanto Doyo (2006:45) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas

konsumen terhadap suatu produk atau jasa antara lain ada nilai, citra, kenyamanan, kepuasan pelayan dan garansi.

Kedai mie menjadi kuliner yang cukup diminati di Jember, baik dari kalangan anak-anak, remaja, bahkan orang tua. Banyaknya peminat olahan mie mendorong para pengusaha untuk berbondong-bondong membuka kedai dengan cara yang kreatif dan inovatif. Kedai mie di Kabupaten Jember memang sudah tak terhitung jumlahnya. Ada yang masih bertahan dan sukses bahkan beberapa pengusaha telah gulung tikar. Salah satu usaha kuliner yang masih eksis hingga sekarang yaitu kedai Mie Sakera yang telah membuka 6 outlet. Kedai Mie Sakera ini pertama kali didirikan di Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember yang kemudian membuka 4 cabang di kecamatan lain dan 1 cabang di Kota Probolinggo.

Nama Sakera merupakan nama unik yang diambil dari tokoh pejuang legendaris tak terkalahkan dari Madura, sehingga Pak Totok sebagai pemilik kedai Mie Sakera berharap agar usaha kuliner ini bisa bersaing bahkan mengalahkan seluruh usaha kuliner di daerah Jember bahkan di luar kota. Beberapa konsumen menuturkan bahwa pelayanan di kedai Mie Sakera cukup lama. Ada konsumen yang harus menunggu setengah jam untuk bisa menikmati kuliner mie pedas ini. Pelayanan yang cukup lama ini masih tetap dikunjungi oleh beberapa konsumen. Mie Sakera merupakan kedai yang menyediakan kuliner mie pedas dengan beberapa tingkatan. Terdapat dua jenis mie yang disediakan yaitu mie original dan mie goreng dengan lima tingkatan level kepedasan yaitu mie kosot (tanpa cabai), mie tepes, mie tobik, mie tapok dan mie torkop. Nama level mie ini diambil dari bahasa Madura. Kuliner yang inovatif ini sangat diminati baik kalangan remaja, dewasa hingga orang tua.

Faktor-faktor yang lebih menonjol diantara enam pernyataan Marconi (1993) untuk kedai Mie Sakera adalah nilai produk atau kualitas produk, pelayanan dan merek. Merek menurut Kotler dan Keller (2017:322) adalah produk atau jasa penambah dimensi yang dengan cara tertentu mendiferensiasikannya dari produk atau jasa lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama. Menurut Kotler (2002:83) dalam Mu'ah dan

Masram (2014:54) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Assauri (2010:212) dalam Astuti dan Matondang (2020:6) kualitas produk dapat menunjukkan seberapa tahan lama produk tersebut, kemampuan produk untuk dapat dipercaya, ketepatan produk, kemudahan pengoperasian produk dan pemeliharaan serta kelengkapan atribut lain yang dinilai. Berdasarkan uraian diatas, perlu adanya penelitian tentang pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada kedai Mie Sakera di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan di atas, maka didapatkan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara serempak terhadap loyalitas konsumen pada Mie Sakera di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember
- b. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen pada Mie Sakera di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember
- c. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Mie Sakera di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember
- d. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Mie Sakera di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember
- e. Faktor manakah yang dominan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada Mie Sakera di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara serempak terhadap loyalitas konsumen pada Mie Sakera di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember
- b. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen pada Mie Sakera di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember
- c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Mie Sakera di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember
- d. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Mie Sakera di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember
- e. Untuk menganalisis faktor yang dominan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada Mie Sakera di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

1.4 Manfaat

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

- a. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi dan menambah ilmu dan wawasan maupun perkembangan ilmiah baik dari penulis atau pembaca mengenai hubungan citra merek, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di kedai Mie Sakera sehingga bisa mengaplikasikannya di dunia kerja.

- b. Manfaat secara Praktis

- 1) Bagi Kedai Mie Sakera Kecamatan Kalisat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pemilik kedai Mie Sakera dalam memahami sejauh mana peranan citra merek, kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan atau kebijakan yang tepat dalam mencapai tujuan khususnya yang terkait dengan loyalitas konsumen.

- 2) Bagi Akademik

Sebagai bahan masukan bagi perkuliahan khususnya yang berkaitan dengan citra merek, kualitas pelayanan, kualitas produk dan loyalitas

konsumen serta pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dan terhadap loyalitas konsumen.

3) Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan dan informasi bagi penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.