

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner di Surabaya cukup tinggi, tidak lepas karena banyaknya anak-anak muda jaman sekarang yang cenderung lebih suka di luar rumah dibanding di dalam rumah, dengan adanya tugas sekolah yang sering dilakukan berkelompok, menjadikan anak-anak lebih sering kerja tugas di luar rumah, dengan mencari tempat yang nyaman untuk bekerja tugas. Karena pengaruh dari kebiasaan anak-anak yang sering kerja tugas sambil kuliner membuat peningkatan di sektor *food and beverage* yang cukup signifikan yaitu sebesar 20% yang membuat para pebisnis melihat ini sebagai peluang yang baru. (<https://radarsurabaya.jawapos.com>, di unduh pada tanggal 30 maret 2020)

Pertumbuhan ekonomi Surabaya dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang signifikan. Menurut Direktur Riset dan Pengembangan Bekraf, Dr. Ir. Wawan Rusiawan, M.M., menyampaikan industri kuliner memiliki kontribusi besar terhadap PDB ekonomi kreatif. Sub sektor kuliner telah memberikan kontribusi sebesar 41 persen dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di tahun 2017. Kuliner telah menjadi kontributor terbesar atau utama terhadap PDB ekonomi kreatif Indonesia yaitu sebesar 41 persen atau sebesar Rp410 triliun. (<https://ugm.ac.id/id/berita/18389-industri-kuliner-jadi-penopang>, di unduh pada tanggal 30 maret 2020)

Di Surabaya terdapat banyak tempat orang-orang berkumpul untuk bercengkrama dengan suasana yang santai dengan pelayanan yang baik. Dengan banyaknya kompetitor-kompetitor baru, maka persaingan menjadi semakin ketat. Bisnis cafe memiliki pertumbuhan bisnis yang baik dan memberikan kontribusi untuk tahun 2016 saja menurut Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jatim, Tjahjono Haryono mengatakan jumlah pengusaha baru di sektor food and beverage ini terus bertambah, khususnya di Surabaya dan Malang. "Kalau kami mengamati selama semester I ini ada 30 kafe restoran baru buka, atau dalam satu bulan bisa 8 restoran seperti di kawasan MERR Surabaya timur," katanya di sela-sela Buka Bersama Apkrindo, Kamis (23/6/2016). (<https://kabar24.bisnis.com>, diunduh pada tanggal 30 maret 2020)

Salah satu pendatang baru di bisnis kuliner yang sedang menjadi perbincangan di Surabaya saat ini adalah Ropang Plus-Plus atau yang lebih dikenal sebagai RPP. RPP hadir dengan menawarkan produk makanan minuman cepat saji dengan inovasi produk yang sangat menarik dengan harga yang sangat terjangkau dan disertai dengan kegiatan promosi yang menarik minat konsumen untuk kembali melakukan pembelian. RPP mulai melebarkan usahanya pada tahun 2015 di salah satu pinggiran Jakarta hingga kini berbagai cabang di kota besar seperti di pusat Jakarta, Samarinda, Banyuwangi, Makassar dan Surabaya.

Adapun Research Gap pertama pada sebuah penelitian ini membahas variable *Physical Environment* pada penelitian terdahulu memiliki dampak positif yang signifikan terhadap citra perusahaan yang dirasakan oleh konsumen. *Physical Environment* terdiri antara lain, eksterior bangunan dan area

parkir, ruang makan, dekorasi dan pencahayaan, dan kebersihan tempat (Kim et al., 2006). Namun hal ini bertentangan dengan penelitian (dewi 2017) yang menyatakan didalam penelitiannya bahwa *Physical Environment* tidak berpengaruh signifikan atau positif terhadap Relationship Quality. Hal tersebut dikarenakan penelitian menggunakan objek PT. Telkom Indonesia, dimana di penelitian menyebutkan bahwa lingkungan fisik dari PT. Telkom tidak mempengaruhi minat pelanggan, karena mereka datang bukan untuk mendapatkan layanan jaringan yang stabil dan lancar.

Adapun Research Gap kedua pada sebuah penelitian ini membahas variable price fairness, pada penelitian terdahulu memiliki dampak positif yang signifikan terhadap Relationship Quality biaya ekonomi yang dikorbankan konsumen untuk mendapatkan produk atau layanan (Namkung et al., 2009). Namun ini bertentangan dengan penelitian (Atmajaya Research 2011) yang menyatakan Price Fairness tidak berpengaruh signifikan atau positif terhadap Relationship Quality. Hal tersebut dikarenakan Penelitian ini juga didukung oleh Atmajaya Research (2011) yang melakukan penelitian tentang pengaruh Harga, Citra Brand Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan terhadap pelayanan Penerbangan Domestik Garuda Indonesia di Denpasar Bali. Hasil ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan indikator penting untuk mengukur kepuasan pelanggan. Jika perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan maka pelanggan akan lebih terpuaskan, dan jika perusahaan menurunkan kualitas pelayanan tentunya pelanggan tidak akan puas. Oleh karena itu kualitas pelayanan sangat berpengaruh

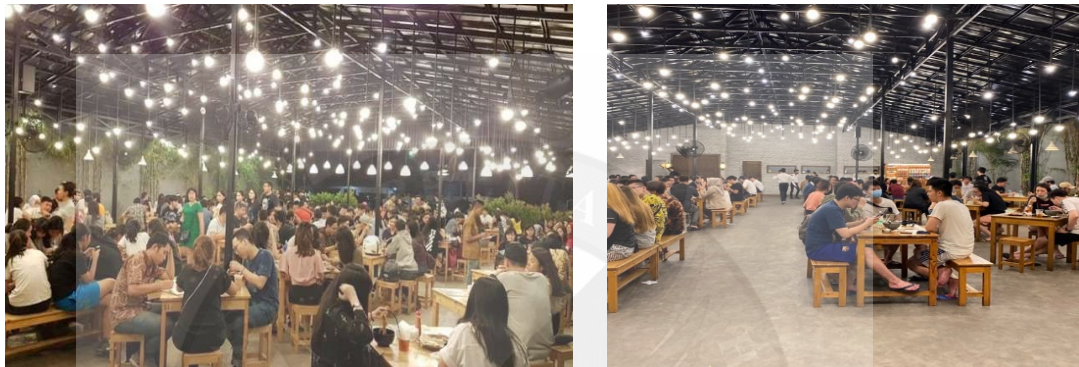
terhadap kepuasan pelanggan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, peningkatan dan penurunan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Dengan beberapa pelayanan yang baik seperti memberikan waktu untuk kepuasan akan meningkat. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Raja Irfan Sabur and Friends (2014)



Gambar 1.1 Suasana Ropang Plus Plus
<https://www.google.com>

Ropang Plus Plus ini menjadi salah satu objek yang menarik untuk diteliti, karena ini merupakan tempat yang cocok untuk kalangan anak muda berkumpul dan menikmati berbagai macam pilihan makanan dan minuman yang unik, seperti gambar 1.1 diatas yang menunjukkan betapa ramainya kedai Ropang Plus Plus ini disaat malam hari, menunjukkan bahwa ada sesuatu yang bisa kita teliti untuk kita mengerti apa yang membuat tempat ini ramai, disini juga dilengkapi dengan wifi yang membuat pengunjung akan lebih nyaman berlama lama di Ropang Plus Plus ini. Wu (2013) menemukan bahwa ada yang positif hubungan antara persepsi tentang *Physical Environment* dan persepsi keseluruhan kualitas pengalaman dalam industri perhotelan. Literatur dan wawancara kelompok fokus telah mengidentifikasi tujuh sub-dimensi kualitas *Physical Environment*: atmosfer dan

estetika, makanan dan minuman, kebersihan, suhu / penerangan, fasilitas, desain dan lokasi.). Dan tak kalah menarik nya Ropang Plus Plus ini mendapat kritik saran yang bagus seperti di lansir pada www.traveloka.com Dengan rating 4.5, hasil yang cukup bagus untuk bisa bersaing dengan tempat lain. Dan ini membuktikan bahwa Ropang Plus Plus ini layak untuk di kunjungi Bersama dengan teman teman.



Gambar 1.2 Suasana dalam ruangan Ropang Plus Plus
Sumber : www.google.com

RPP merupakan tempat makan yang mengusung konsep kekinian yaitu "Food, Drink and Kongkow". Konsep tersebut merupakan andalan utama RPP dalam menjalankan bisnis kulinernya. Konsep "Food and Drink" yang ditawarkan cukup sederhana dan menarik dengan menawarkan makanan yang disukai kalangan masyarakat antara lain Indomie, roti bakar, pisang goreng, sate asin hingga ayam geprek kekinian serta berbagai macam minuman dengan harga yang cukup terjangkau dengan kisaran antara Rp 10.000 sampai Rp 25.000 per porsi makanan atau minuman yang ditawarkan. Menurut Qu (2012), dimensi dalam *Food Quality* dibagi menjadi tiga, yaitu konsistensi, variasi dari menu, dan kualitas dari makanan itu sendiri. Sedangkan konsep "Kongkow" sendiri untuk mengajak teman atau keluarga untuk bersantai bersama atau makan malam.



Gambar 1.3 macam macam menu
 Sumber : www.google.com

Food Quality ada empat, yaitu suhu, presentasi makanan, variasi dari men dan rasa dari makanan yang dihidangkan menurut Namkung dan Jang (2012). RPP sendiri memiliki strategi pemasaran yang dapat diamati secara langsung antara lain yaitu menawarkan produk dengan inovasi atau varian rasa yang sedang menjadi tren di masyarakat yaitu mie instan atau indomie yang identik dengan harga terjangkau. Hal tersebut dinyatakan oleh Nasution (2015 : 11) bahwa inovasi produk dibuat dengan tujuan untuk menarik perhatian dan memberi pengaruh pada minat beli konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan.



Gambar 1.4 kinerja karyawan Ropang Plus Plus
 Sumber : www.google.com

Selain itu, RPP memiliki pelayanan yang cukup baik, meskipun kondisi yang terkadang cukup rame sekali, para karyawan sangatlah professional dalam menghadapinya, karena jika ada kesalahan yang dilakukan maka akan terjadi masalah yang tidak diinginkan, oleh karena itu pihak Ropang Plus Plus selalu memberikan pelatihan seputar melayani konsumen dengan baik tanpa adanya menyakit perasaan konsumen, sehingga konsumen pun merasa nyaman Ketika berkunjung ke Ropang Plus Plus. *Customer Orientation* adalah sejauh mana organisasi dan karyawannya memfokuskan upaya mereka memahami dan memuaskan konsumen (Castellanos- Verdugo et al., 2009).



Gambar 1.5 pelayanan di Ropang Plus Plus
Sumber : www.google.com

Communication juga membuat pelanggan yang tidak puas memberi tahu tentang apa yang dilakukan organisasi untuk memperbaiki sumber ketidakpuasan (Ndubisi dan Chan, 2005). strategi dalam menawarkan hingga menarik keramaian dengan menggunakan media sosial Instagram serta mengikuti promosi berbayar dan kerja sama dengan beberapa food blogger dan Go-Food sebagai sarana promosi yang meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Kawasan wisata kuliner G-

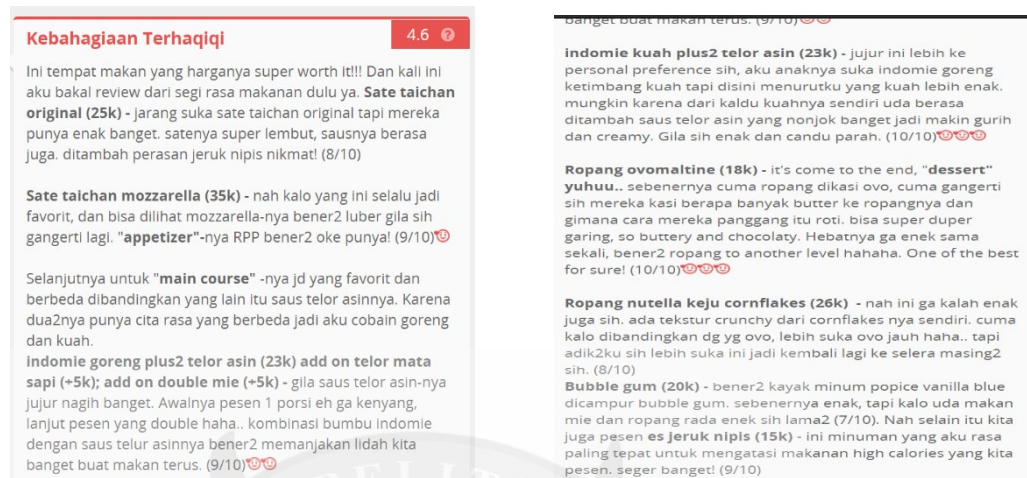
walk Citraland di Surabaya Barat juga merupakan lokasi yang dipilih oleh RPP yang mudah menarik keramaian dan minat konsumen.



Gambar 1.6 interaksi karyawan dengan konsumen

Sumber : www.google.com

Relationship Benefits yang mencakup aspek-aspek seperti penghematan waktu, kenyamanan, dan keputusan yang lebih baik membuat. Pelanggan lebih cenderung mempertahankan hubungan dengan penyedia layanan bila harapan menerima manfaat yang dijanjikan ada (Morgan dan Hunt, 1994). Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat dikendalikan dan dirancang sedemikian rupa oleh perusahaan. Penerapan bauran pemasaran yang tepat dan menjawab solusi dari permasalahan kebutuhan yang dihadapi oleh kalangan masyarakat diyakini mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan pengamatan awal yang diamati oleh peneliti, peneliti mengamati kepadatan dan keramaian pengunjung secara langsung selama peneliti melakukan observasi langsung di lokasi Ropang Plus-Plus yang berada di G-Walk Citraland. Hal tersebut menarik minat peneliti untuk mengetahui apakah bauran pemasaran Ropang Plus-Plus yang meliputi produk, harga, lokasi dan promosi yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.



Gambar 1.7 Review harga oleh konsumen
Sumber : pergikuliner.com

pada *Price Fairness* ini harga yang diberikan sangatlah berpengaruh signifikan seperti di kutip dalam penelitian ini, fokusnya adalah pada keadilan harga, mewakili jumlah biaya ekonomi yang dikorbankan konsumen untuk mendapatkan produk atau layanan (Namkung et al., 2009). Dapat dilihat review konsumen dari Ropang Plus Plus di gambar 1.7. Sebelum Ropang Plus Plus dibuka, para owner sudah memikirkan untuk menargetkan pasar nya dimana dan akhirnya di tentukan untuk kalangan anak muda, sehingga harga yang diberikan tidak lah over price di kantong anak muda dan menjadikannya sebagai pilihan tempat nongkrong terbaik bagi anak-anak muda.

1.2 Batasan Masalah

Dalam setiap penelitian diperlukan batasan yang jelas mengenai masalah yang dibahas agar pembahasan masalah tidak terlalu luas. Demikian juga dengan penelitian ini. Variabel-variabel yang digunakan dan dibahas dalam penelitian ini adalah *Physical Environment, Food Quality, Customer Orientation,*

Communication, Relationship Benefits, Price Fairness. Penelitian ini mengambil objek pelanggan Ropang Plus Plus. Pengambilan data dilakukan selama periode April - Juli 2021.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Physical Environment berpengaruh signifikan terhadap Relationship Quality pada pelanggan Ropang Plus Plus?
2. Apakah Food Quality berpengaruh signifikan terhadap Relationship Quality pada pelanggan Ropang Plus Plus?
3. Apakah Customer Orientation berpengaruh signifikan terhadap Relationship Quality pada pelanggan Ropang Plus Plus?
4. Apakah Communication berpengaruh signifikan terhadap Relationship Quality pada pelanggan Ropang Plus Plus?
5. Apakah Relationship Benefits berpengaruh signifikan terhadap Relationship Quality pada pelanggan Ropang Plus Plus?
6. Apakah Price Fairness berpengaruh signifikan terhadap Relationship quality pada pelanggan Ropang Plus Plus?
7. Apakah Relationship Quality berpengaruh signifikan terhadap Customer Loyalty pada pelanggan Ropang Plus Plus?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah penelitian, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Menjelaskan pengaruh Physical Environment terhadap Relationship Quality di Ropang Plus Plus
- 2 Menjelaskan pengaruh Food Quality terhadap Relationship Quality di Ropang Plus Plus
- 3 Menjelaskan pengaruh Customer Orientation terhadap Relationship Quality di Ropang Plus Plus
- 4 Menjelaskan pengaruh Communication terhadap Relationship Quality di Ropang Plus Plus
- 5 Menjelaskan pengaruh Relationship Benefits terhadap Relationship Quality Ropang Plus Plus
- 6 Menjelaskan pengaruh Price Fairness terhadap Relationship Quality di Ropang Plus Plus
- 7 Menjelaskan pengaruh Relationship Quality terhadap Customer Loyalty Ropang Plus Plus

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.:

1. Penelitian ini dapat mendukung teori-teori yang telah ada tentang *Relationship Quality ke Customer Loyalty*.
2. Penelitian ini dapat mendukung hasil penelitian terdahulu tentang *Relationship Quality dan Customer Loyalty* yang telah dilakukan oleh peneliti lain.
3. Penelitian ini dapat berguna sebagai referensi bagi peneliti

lain yang ingin meneliti tentang *Relationship Quality* dan *Customer Loyalty*.

4. Penelitian ini dapat berguna sebagai sumber referensi bagi mahasiswa lain yang ingin membuat penelitian sejenis.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah Ropang Plus Plus dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi terhadap *Customer Loyalty* tamu di Ropang Plus Plus dan pengaruh *Relationship Quality* terhadap *Customer Loyalty* tamu di Ropang Plus Plus. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi dan menjadi bahan pertimbangan manajemen pemasaran Ropang Plus Plus atau perusahaan perhotelan lainnya dalam merumuskan strategi pemasaran sehingga dapat meningkatkan *Customer Loyalty* tamu Ropang Plus Plus.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti pembahasan penelitian ini, maka penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I: Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, batasan masalah yang akan dibahas, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian yang meliputi manfaat praktis dan manfaat teoritis serta sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *Relationship Benefits* dan *Customer Loyalty*, pengembangan hipotesis dalam penelitian ini, model penelitian serta bagan alur berpikir.

BAB III : Metodologi Penelitian

Berisi jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan, definisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu Suroboyo Bus; analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini berisikan simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.