

BAB I

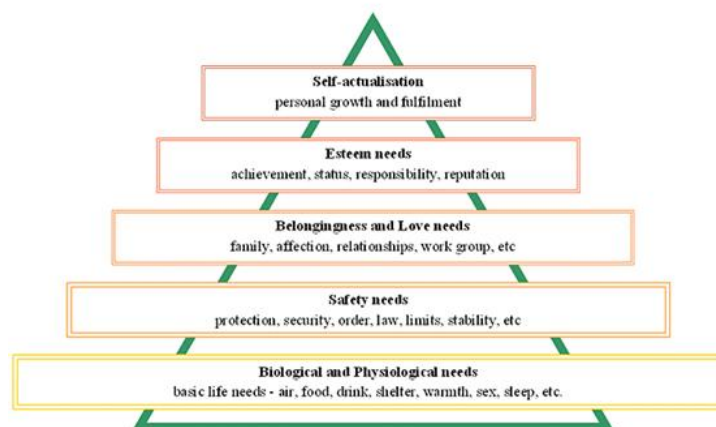
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bila dibandingkan dengan makhluk ciptaan Tuhan yang lainnya, manusia merupakan ciptaan Tuhan yang paling sempurna. Pada hari terakhir dari penciptaan, Tuhan berkata, “Baiklah Kita menjadikan manusia menurut gambar dan rupa Kita” (Kejadian 1:26). Dengan diciptakannya manusia menurut gambar dan rupa Tuhan, maka manusia pun mengemban tanggung jawab yang besar untuk menjalankan kehidupan sebagaimana yang dikehendaki Tuhan dan tidak menyalahgunakan tubuh yang diberikan Tuhan dan merusak ciptaan lainnya. Namun manusia tidak dapat menjalankan tanggung jawab tanpa satu elemen penunjang yang sangat penting. Walaupun sederhana tapi keberadaan elemen ini sangat krusial dan mustahil untuk diacukan. Elemen ini adalah makanan/ pangan.

Kebutuhan manusia akan pangan merupakan kebutuhan dasar yang paling essensial bagi manusia dalam mempertahankan hidup dan kehidupan (Maslow, 1970 dalam Kozier, 2004). Dengan demikian, makanan termasuk salah satu bagian dari teori hierarki kebutuhan Maslow yang dikenal sebagai teori motivasi manusia (Schifman & Kanuk, 2010), dimana makanan menempati posisi pada dasar piramida yang dideskripsikan sebagai kebutuhan biologis dan psikologis. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan mendasar manusia yang wajib dipenuhi disamping udara, air, tempat tinggal, waktu tidur, adalah makanan. Kebutuhan biologis dan psikologis wajib dipenuhi karena merupakan basis manusia untuk bertahan hidup, dan bila tidak dipenuhi, hidup manusia berada dalam resiko.

Setelah kebutuhan biologis dan psikologis terpenuhi, manusia baru akan bisa memikirkan untuk mencapai kebutuhan lainnya. Ketika kebutuhan dasar ini terpuaskan maka dengan segera kebutuhan-kebutuhan lain (yang lebih tinggi tingkatannya) akan muncul dan mendominasi perilaku manusia (Ranupandojo & Husnan, 1995; Goble, 1987).



Gambar 1.1. Hierarki Kebutuhan Maslow

Sumber: <http://www.businessballs.com/maslow.html> (diunduh pada 7 Mei 2014)

Makanan merupakan sumber gizi dan energi yang menjadi landasan utama manusia untuk mencapai kesehatan dan modal agar dapat melakukan aktifitas sehari-hari (Morani, 2011). Berbagai macam alternatif yang tersedia bagi manusia untuk memperoleh kebutuhan primer ini seperti mengolahnya sendiri dari alam, membeli bahan kemudian memasaknya di rumah atau dengan membeli langsung pada rumah makan atau tempat lainnya yang menyediakan makanan.

Alternatif yang terakhir inilah yang menjadikan industri makanan menjadi lahan bisnis yang tidak akan menemukan kesudahannya. Kebutuhan akan makanan yang tidak ada habisnya menjadikan siklus pasokan makanan tidak berhenti dan terus berputar. Usaha kuliner menguntungkan sebab di samping semua orang membutuhkan makanan, bisnis ini cepat dan mudah dikembangkan. Bahkan bila beruntung, keuntungan bersih yang didapatkan bisa melebihi 100% dari modal awal. Salah satu faktor yang menarik pengusaha memasuki bisnis kuliner adalah bisa dijalankan dengan modal kecil dan tingkat pengembalian modalnya relatif cepat (Best, 2012).

Di Indonesia sendiri, bisnis makanan sendiri sudah tidak terhitung, mulai dari makanan ringan hingga makanan berat, dari yang bermodal kecil hingga yang bermodal besar dan mulai dari makanan *western* hingga makanan khas Indonesia. Tampaknya banyak pengusaha lokal yang menyadari potensi menjanjikan pada bidang bisnis ini. Tabel 1.2 menunjukkan perkembangan bisnis kuliner di Indonesia yang semakin meningkat terhitung dari tahun 2007 hingga tahun 2010.

Sehingga tercermin pula banyaknya pemain dalam bisnis kuliner di Indonesia. Menurut Kusuma (2013), bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis favorit bagi para pengusaha Indonesia karena bisnis dalam bidang tersebut tidak pernah mati. Karena kuliner merupakan kebutuhan pokok bagi manusia sehingga konsumen untuk bisnis kuliner tidaklah sulit untuk dicari. Ibaratnya semua orang menginginkan membuka bisnis kuliner untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat.

Tabel 1.1 Perkembangan Usaha Makanan/ Restoran Skala Menengah dan Besar Tahun 2007-2010

Provinsi	Usaha/ Perusahaan			
	2007	2008	2009	2010
NAD	8	8	8	10
Sumatera Utara	95	156	165	167
Sumatera Barat	22	20	27	31
Riau	57	70	71	75
Jambi	3	3	3	4
Sumatera Selatan	22	23	22	28
Bengkulu	3	3	3	3
Lampung	15	28	22	25
Kepulauan Bangka Belitung	7	9	9	10
Kepulauan Riau	27	45	50	55
DKI Jakarta	720	1028	1311	1359
Jawa Barat	132	220	257	286
Jawa Tengah	49	57	64	74
DIY	32	34	39	52
Jawa Timur	144	173	22	231
Banten	41	62	82	98
Bali	116	157	167	225
NTB	6	5	5	5
NTT	8	12	13	13
Kalimantan Barat	13	17	21	21
Kalimantan Tengah	2	2	2	2
Kalimantan Selatan	10	12	18	18
Kalimantan Timur	20	21	38	36
Sulawesi Utara	16	11	17	17
Sulawesi Tengah	3	3	3	3
Sulawesi Selatan	22	35	47	47
Sulawesi Tenggara	3	3	3	3
Gorontalo	4	4	4	4
Sulawesi Barat	4	5	5	5
Maluku	2	3	3	3
Maluku Utara	4	4	3	4
Papua	2	-	-	-
Papua Barat	2	2	2	2

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2013

Tabel di atas menunjukkan peningkatan usaha makanan atau restoran yang semakin meningkat setiap tahunnya pada sebagian besar provinsi Indonesia, khususnya Jawa Timur yang menunjukkan peningkatan stabil dari tahun 2007-2010. Bisnis kuliner terlihat menjanjikan dan dianggap sebagai bisnis yang prospektif. Namun banyak juga pelaku bisnis kuliner yang tidak dapat bertahan

karena kehilangan loyalitas dari konsumen. Konsumen sudah pintar dan mampu melakukan tawar-menawar untuk mendapatkan yang terbaik. Di samping itu banyak pesaing yang mampu mengalihkan perhatian konsumen. Apalagi bila konsumen termasuk orang yang senang mencoba hal yang baru, membuat rumah makan yang lama akan ditinggalkan. Maka dari itu, selain merupakan bisnis yang cerah, bisnis rumah makan juga termasuk bisnis yang sangat rentan (Nurdin, 2012).

Berbicara tentang bisnis kuliner yang mampu bertahan dan mampu mendorong konsumennya untuk selalu melakukan pembelian ulang, Istana Ayam Goreng Sri yang terletak di Pandaan adalah salah satu contohnya. Rumah makan yang terletak di Jl. Dr. Soetomo 3-4 ini buka dari pukul setengah delapan pagi hingga 10 malam setiap harinya. Istana Ayam goreng Sri ini begitu terkenalnya hingga banyak turis dari luar kota yang datang ke sini hanya untuk menikmati hidangan dari rumah makan ini. Ayam goreng yang merupakan menu andalannya memang beda dengan ayam goreng pada biasanya. Bila ayam goreng biasanya renyah dan garing, maka berbeda dengan Istana Ayam Goreng Sri ini, ayam digoreng tidak sampai kering hingga menghasilkan daging yang empuk, mudah lepas dari tulang, gurih dan manis karena bumbunya yang meresap. Sebagai pelengkap, ada sambel *homemade* dan lalapan yang menambah cita rasa ayam ini.

Selain menjual ayam goreng, Istana Ayam Goreng Sri juga menyediakan menu lainnya seperti rujak cingur, sate, tahu tempe goreng dan lainnya yang tidak kalah enak. Konsumen yang ke rumah makan ini akan membeli ayam goreng seekor dan dilengkapi dengan menu tambahan tersebut karena daya tarik utama terletak pada ayam goreng yang fenomenal ini. Rumah makan yang pernah dikunjungi Megawati, mantan preesiden Republik Indonesia periode 2001-2004 ini termasuk luas, bisa menampung ratusan orang secara langsung. Desain yang kuno dengan ber dinding bambu dengan konsep ruangan terbuka semakin memperkental nuansa khas Indonesianya. Didukung dengan lahan parkir yang luas, para pengunjung tidak perlu takut kehabisan tempat parkir bila mengunjungi pada hari libur dan hari besar. Rumah makan Sri tidak hanya dirancang sebagai rumah makan saja namun juga sebagai tempat persinggahan yang nyaman bagi pengunjung setelah melewati perjalanan yang panjang.

Banjir Lumpur Panas Sidoarjo atau Lumpur Lapindo adalah peristiwa menyemburnya lumpur panas di lokasi pengeboran PT Lapindo Brantas di Desa Renokenongo, Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, sejak 27 Mei 2006 (Juniawan, 2013). Bencana lumpur ini mengakibatkan kerugian pada berbagai bidang, baik sosial, ekonomi maupun ekologi. Di samping permasalahan berat yang timbul karena bencana ini, masalah lainnya yang dianggap sepele namun mengganggu adalah kelancaran perjalanan jurusan Surabaya–Malang dan sekitarnya. Warga Surabaya dan sekitarnya harus menghadapi macet panjang dan bau yang kurang sedap saat melewati Porong, dimana lumpur tersebut berada. Warga Surabaya harus berkorban dengan melewati lokasi tersebut jika ingin mencapai Istana Ayam Goreng Sri, karena rumah makan tersebut berlokasi di Pandaan.

Dari pengertian di atas, terlihat jelas konsep pengorbanan yang harus dilakukan oleh konsumen. Menurut Zeithaml (1998), pengorbanan didefinisikan sebagai sesuatu yang dikeluarkan oleh konsumen yang terdiri dari harga, waktu dan usaha. Dalam ekonomi klasik, kemauan untuk berkorban menunjukkan evaluasi konsumen terhadap biaya yang dikeluarkan untuk memuaskan hasratnya. Oleh karena itu, biaya yang tinggi bisa berdampak negatif terhadap kemungkinan pembelian (Erickson & Johanson, 1985). Hal ini terlihat pada fenomena yang terjadi di Istana Ayam Goreng Sri, lokasi rumah makan jauh dari Surabaya membuat konsumen harus melakukan pengorbanan untuk menuju Istana Ayam Goreng Sri.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sukarno dan Sumarto (2003), nilai produk dan kualitas layanan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2000). Rangkuti (2003) menyatakan nilai produk sebagai pengkajian secara menyeluruh manfaat dari suatu produk, didasarkan persepsi konsumen atas apa yang telah diterima oleh konsumen dan yang telah diberikan oleh konsumen atas produk tersebut. Apabila persepsi yang diterima oleh konsumen melebihi apa yang telah diberikan oleh konsumen, maka konsumen akan cenderung merasa puas terhadap kinerja (hasil) dari produk atau

layanan tertentu, sebaliknya apabila persepsi yang diterima oleh konsumen lebih rendah dari apa yang telah diberikan oleh konsumen, maka konsumen akan merasa tidak puas terhadap kinerja (hasil) dari produk atau layanan tersebut.

Lebih lanjut, Woodruff dalam Kristanto (2005) mengemukakan bahwa konsep nilai produk mempunyai hubungan erat dengan kepuasan konsumen, karena dalam menggunakan suatu produk atau jasa, konsumen akan membandingkan antara biaya atau usaha yang dikeluarkan dengan manfaat atau keuntungan yang telah diperoleh konsumen (Yuriansyah, 2013). Nilai produk yang tinggi akan membuat kepuasan konsumen meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuriansyah (2013) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari nilai produk terhadap kepuasan konsumen, penerapan nilai produk memiliki peran yang strategis dalam menunjang implementasi strategi pemasaran.

Selain nilai produk, konsumen saat ini sudah semakin modern dan mengubah pola dan cara berpikir mereka. Perubahan gaya hidup masyarakat juga terjadi, konsumen sebuah rumah makan tidak hanya akan membutuhkan produk yang mengenyangkan perut saja, tetapi juga mencari pelayanan yang prima sebagai bagian dari sajian makanan yang dipesan (Widayati dan Harsana, 2009). Menurut Boyd (1995) mengatakan bahwa kunci dari keunggulan bersaing yang terus menerus terletak pada penyampaian kualitas layanan yang tinggi, yang pada gilirannya akan berakibat pada kepuasan konsumen.

Lebih lanjut, dalam penelitian yang dilakukan oleh Sukarno dan Sumarno (2003) diperoleh hasil bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap nilai produk. Hasil ini konsisten dengan pendapat Groth dan Dye (1999) yang menyatakan bahwa penyampaian pelayanan yang berkualitas merupakan hal yang terpenting dalam menciptakan nilai di benak konsumen.

Sebagai rumah makan yang ingin tetap mampu bersaing, Istana Ayam Goreng Sri dalam aktifitasnya harus menekankan pada pemberian nilai produk dan kualitas layanan yang diharapkan akan dapat menarik konsumen. Nilai produk dari Istana Ayam Goreng Sri terlihat jelas dari menu andalannya, yaitu ayam goreng yang dimasak dengan menggunakan bumbu dan teknik rahasia. Selain itu juga tersedia bermacam-macam menu pendukung lainnya yang rasanya

tidak kalah lezat dari menu andalannya. Dari faktor kualitas layanan, Istana Ayam Goreng Sri sangat memperhatikan kegesitan pelayannya. Faktor ketepatan dalam melayani menu pesanan konsumen, daya tanggap ketika konsumen hendak memesan, pada saat dan setelah mengkonsumsi, kemampuan memberi informasi dan menjawab pertanyaan konsumen secara baik, benar, dan terpercaya, kesopanan selalu menjadi perhatian Istana Ayam Goreng Sri. Selain itu juga akses yang dekat dari jalan raya, tempat parkir yang selalu dijaga oleh pihak keamanan Istana Ayam Goreng Sri, serta penyediaan tempat yang luas dan nyaman bagi konsumen merupakan hal yang selalu diperhatikan oleh Istana Ayam Goreng Sri.

Terciptanya kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2007) dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, menjadi dasar yang baik bagi pembelian ulang (*repeated buying*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan konsumen sudah pasti membantu pada laba usaha karena adanya pembelian kembali oleh konsumen (Engel et al., 1993 dalam Hsu Cheng Fang, 2007). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukarno dan Sumarto (2003) yang menunjukkan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang adalah positif dan signifikan. Hasil penelitian ini konsisten dengan pendapat Anderson dan Sullivan dalam Zeithaml *et al.* (1998) yang menyebutkan bahwa pembelian ulang berhubungan dengan kepuasan konsumen. Sehingga dewasa ini, kepuasan konsumen semakin menjadi perhatian utama perusahaan-perusahaan dalam mengembangkan strategi pelayanannya, yang membuat kepuasan konsumen ditempatkan sebagai tujuan utama perusahaan (Tumpal, 2012).

Keinginan pembelian ulang adalah perilaku konsumen dimana konsumen menanggapi positif terhadap kualitas produk dan atau pelayanan suatu perusahaan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut (Cronin, et al., 1992). Peneliti lainnya juga menyatakan bahwa kepuasan konsumen akan mempengaruhi intensi perilaku untuk membeli jasa dari penyedia jasa yang sama (Woodside et al., 1989). Sementara itu Fornell (1992) menyatakan bahwa konsumen atau konsumen yang puas akan melakukan kunjungan ulang pada waktu yang akan datang. Pembelian yang berulang

merupakan salah satu bukti bahwa akan membuat konsumen telah menjadi loyal terhadap suatu barang atau jasa (Band, 1991).

Hal yang sangat menarik diungkapkan Cronin et al. (2000) yang melakukan penelitian dengan mengasumsikan bahwa: (1) Keinginan pembelian ulang dipengaruhi langsung oleh nilai produk; (2) Keinginan pembelian ulang dipengaruhi langsung oleh kepuasan konsumen; (3) Keinginan pembelian ulang tidak akan dipengaruhi secara langsung oleh nilai produk melainkan harus melewati kepuasan konsumen. Penelitian tersebut menyatakan bahwa hubungan atau pengaruh antar variabel tersebut tidak akan secara jelas terbaca karena ada bias yang terjadi, agar menghasilkan gambaran yang lebih pragmatis akan hubungan mendasar di antara variabel-variabel tersebut, diperlukan penelitian model secara kolektif. Berdasarkan pandangan ini, penelitian ini menggunakan empat model berdasarkan literatur yang dikutip dari model penelitian. Tidak seperti penelitian sebelumnya dimana hasil menunjukkan bahwa ketiga variabel langsung mengarah kepada niat perilaku yang menguntungkan. Diharapkan model terakhir mengungguli ketiga model sebelumnya dengan menunjukkan bahwa model ini lebih cocok untuk data dan akuntansi untuk variasi yang lebih besar dalam keinginan pembelian ulang.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang oleh konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang oleh konsumen, akan dibatasi oleh faktor pengorbanan, nilai produk, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen.

Subjek dari penelitian ini adalah Istana Ayam Goreng Sri Pandaan dengan mengambil responden terbatas pada warga Surabaya baik pria maupun wanita dengan rentang usia 17-65 tahun. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus sampai November 2014.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengorbanan berpengaruh signifikan terhadap nilai produk Istana Ayam Goreng Sri pada konsumen di Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap nilai produk Istana Ayam Goreng Sri pada konsumen di Surabaya?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Istana Ayam Goreng Sri di Surabaya?
4. Apakah nilai produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Istana Ayam Goreng Sri di Surabaya?
5. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keinginan pembelian ulang konsumen di Istana Ayam Goreng Sri pada konsumen di Surabaya?
6. Apakah nilai produk berpengaruh signifikan terhadap keinginan pembelian ulang konsumen di Istana Ayam Goreng Sri pada konsumen di Surabaya?
7. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keinginan pembelian ulang konsumen di Istana Ayam Goreng Sri pada konsumen di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menemukan data empiris mengenai pengaruh dari pengorbanan terhadap nilai produk Istana Ayam Goreng Sri pada konsumen di Surabaya
2. Menemukan data empiris mengenai pengaruh dari kualitas layanan terhadap nilai produk Istana Ayam Goreng Sri pada konsumen di Surabaya
3. Menemukan data empiris mengenai pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Istana Ayam Goreng Sri di Surabaya
4. Menemukan data empiris mengenai pengaruh dari nilai produk terhadap kepuasan konsumen Istana Ayam Goreng Sri di Surabaya
5. Menemukan data empiris mengenai pengaruh dari kualitas layanan terhadap keinginan untuk melakukan pembelian ulang di Istana Ayam Goreng Sri pada konsumen di Surabaya

6. Menemukan data empiris mengenai pengaruh dari nilai produk terhadap keinginan untuk melakukan pembelian ulang di Istana Ayam Goreng Sri pada konsumen di Surabaya
7. Menemukan data empiris mengenai pengaruh dari kepuasan konsumen terhadap keinginan untuk melakukan pembelian ulang di Istana Ayam Goreng Sri pada konsumen di Surabaya

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan membantu untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang. Penelitian ini juga membantu menjelaskan hubungan antara pengorbanan dan kualitas layanan terhadap nilai produk. Kualitas layanan dan nilai produk terhadap kepuasan konsumen, serta pengaruh dari nilai produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang. Hasil penelitian diharapkan bisa menjadi referensi dan acuan penerapan teori di industri, serta sebagai referensi untuk bidang penelitian yang relevan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini akan berguna bagi pemilik Istana Ayam Goreng Sri karena penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan niat untuk melakukan pembelian ulang konsumen, khususnya apabila ada unsur pengorbanan dalam proses pembeliannya. Penelitian ini juga akan berguna bagi semua orang yang ingin memulai usaha baru dan menjadi *entrepreneur* terutama yang mencoba untuk mendirikan usaha. Skripsi ini akan membantu pemilik usaha kuliner dengan memberikan beberapa informasi tentang pengaruh pengorbanan, nilai barang, kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap keinginan pembelian ulang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai teori pengorbanan, nilai barang, kualitas layanan, kepuasan konsumen keputusan pembelian ulang, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian dan bagan alur berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan objek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari analisis data

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini menyajikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan juga memuat saran-saran bagi pihak yang berkepentingan untuk pengembangan penelitian lanjutan