

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semua manusia pada dasarnya memiliki kebutuhan yang sama, akan tetapi karena budaya maka kebutuhan tersebut ikut berbeda. Dalam memenuhi kebutuhan, manusia menyesuaikan diri dengan prioritas yang ada. Abraham Maslow mengemukakan teori hirarki kebutuhan manusia, yaitu kebutuhan fisiologis/dasar, kebutuhan akan rasa aman dan tentram, kebutuhan untuk dicintai dan disayangi, kebutuhan untuk dihargai, dan kebutuhan untuk aktualisasi diri. Dari hirarki tersebut, kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan yang paling mendasar, dimana kebutuhan tersebut merupakan kebutuhan yang paling kuat dan paling jelas untuk mempertahankan hidup secara fisik. Salah satu dari kebutuhan fisiologis tersebut adalah kebutuhan akan makanan (Felita dan Hartono, 2013).

Masyarakat Indonesia saat ini cenderung lebih menyukai memenuhi kebutuhan pangan mereka dengan mengkonsumsi makanan yang dibeli dari warung, depot, dan lainnya. Hal tersebut dikarenakan budaya yang muncul seperti ketersediaan waktu untuk memasak sendiri di rumah dan cita rasa masakan warung yang memiliki *image* lebih enak daripada masakan buatan sendiri.

Berdasarkan pada fakta diatas, banyak perusahaan yang tertarik untuk membuka bisnis makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain dari nilai investasi yang cenderung lebih kecil, juga adanya potensi pasar yang besar.

Pariwisata bagi Kota Yogyakarta sudah merupakan sebuah industri. Industri pariwisata yang sekarang sedang mengalami perkembangan pesat adalah bidang kuliner yaitu yang berkaitan dengan penyediaan makanan dan minuman. *Trend* wisatawan sekarang adalah datang ke suatu daerah wisata untuk mencari dan menikmati makanan khas daerah tersebut. Gudeg merupakan salah satu makanan khas Jogja yang tetap menjadi andalan masyarakat Jogja dan wisatawan.

Di Jogja ada tempat yang disebut sebagai sentranya gudeg bernama Kampung Wijilan. Sentra gudeg ini masih berada dalam lingkungan Keraton Ngayogyakarta. Awalnya lokasi ini hanya dihuni oleh Warung Gudeg Ibu Slamet yang menjadi perintis warung gudeg di tahun 1942. Dalam perkembangannya, bertambahlah dua warung gudeg yaitu Warung Gudeg Yu Djum dan Warung Gudeg Campur Sari. Sayangnya, di sekitar tahun 1980, Warung Gudeg Campur Sari ditutup. Kemudian di sekitar tahun 1990-an, muncul lagi Warung Gudeg Bu Lies. Di sentra gudeg Wijilan, konsumen bisa memilih warung gudeg mana yang ingin dikunjungi karena tersedia banyak warung di sepanjang jalannya.

Sebagai salah satu sentra gudeg di Yogyakarta, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah bagian penting dalam melakukan manajemen bisnis pada sebuah warung makan/restoran gudeg. Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pelayanan yang telah konsumen rasakan pasti akan mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan kualitas pelayanan yang terkelola baik dapat menciptakan loyalitas konsumen. Begitu pula dengan adanya kepuasan konsumen, konsumen yang puas akan kembali lagi menjadi konsumen dan setia pada tempat makan tersebut, sebaliknya konsumen yang

kecewa atas kualitas pelayanan yang diberikan akan mengeluh dan mencari tempat lain yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Dengan terciptanya kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang baik dapat menjadi daya saing setiap warung makan/restoran gudeg di Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta untuk menciptakan loyalitas konsumen. Loyalitas akan memberikan kemampuan warung makan/restoran di Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta untuk bertahan hidup. Dengan adanya loyalitas konsumen, Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta dapat bertahan ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat.

Dalam membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memperhatikan faktor yang mempengaruhinya. Menurut Akbar dan Parvez, faktor pembentuk loyalitas yang utama yaitu kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan murni harus dipertahankan bahkan ditingkatkan agar selalu dapat membuat pelanggan puas dan menjadi loyal.

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Apabila kualitas pelayanan yang diterima konsumen lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka konsumen akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya (Alma, 2007).

Konsumen yang puas akan sulit mengubah pilihannya, karena kepuasan yang tinggi menciptakan kelekatan terhadap suatu barang atau jasa pelayanan. Dan salah satu hasilnya adalah konsumen akan memberikan loyalitas yang tinggi, seperti

datang lagi untuk melakukan pembelian ulang, bahkan konsumen akan merekomendasikan dan mengajak orang lain untuk makan.

Yang dimaksud dengan loyalitas konsumen dalam penelitian ini adalah terciptanya kepercayaan dan komitmen para konsumen terhadap suatu produk atau jasa, karena mereka mendapatkan kepuasan dari produk atau jasa tersebut. Loyalitas konsumen merupakan keuntungan terbesar bagi para pengusaha. Jadi tidak mengherankan bila loyalitas tersebut dijadikan target utama dalam berbisnis. Di masa depan, program loyalitas konsumen akan memainkan peran strategi bagi kelangsungan bisnis suatu perusahaan. Pemeliharaan konsumen di masa depan akan menjadi kunci keberhasilan perusahaan (Jill, 2005: 135).

Berdasarkan uraian tersebut peneliti ingin menganalisis **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen di Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi ruang lingkup permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta?
2. Bagaimana kepuasan konsumen di Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta?
3. Bagaimana loyalitas konsumen di Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta?

C. Tujuan

Mengacu pada perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui:

1. Kualitas pelayanan di Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta.
2. Kepuasan konsumen di Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta.
3. Loyalitas konsumen di Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta.
4. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademik

Melatih penulis dalam menerapkan teori-teori yng diperoleh dari perkuliahan. Dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta menjadi bacaan dan kajian referensi bagi peneliti di masa yang akan datang yang khususnya akan meneliti factor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

2. Manfaat Praktis

Memberikan informasi yang berguna bagi pihak warung makan khususnya di Sentra Gudeg Wijilan dalam upaya peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen sehingga dapat bertahan dalam jangka panjang dan mengembangkan diri.