

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi di berbagai bidang merupakan fenomena yang dihadapi berbagai negara diseluruh penjuru dunia. Tidak hanya kemajuan teknologi dibidang transportasi, keamanan, komunikasi, atau bahkan seni saja yang mengalami kemajuan, tetapi ekonomi pun turut merasakan perkembangan yang sama. Kondisi masyarakat pada saat ini yang semakin tinggi tingkat pendidikan disertai dengan selera konsumsi mereka yang semakin meningkat, menciptakan suatu keadaan dalam memilih produk menjadi lebih teliti dan cermat. Dengan dapat Mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing - masing produk dan jasa tersebut. Hal ini membuat pelanggan mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut produsen untuk menciptakan suatu produk yang diinginkan oleh pelanggan.

Ada banyak beragam jenis industri yang semakin modern, salah satunya adalah industri kuliner. Industri ini menjadi semakin maju sebagaimana yang dapat dilihat dari semakin beragamnya jenis bisnis kuliner yang ada di pasar. Industri kuliner akhir - akhir ini sedang menunjukkan perkembangan yang pesat. Perkembangannya dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti demografi, tingkat

ekonomi yang meningkat serta gaya hidup masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya industri kuliner dengan berbagai konsep, seperti konsep Restoran keluarga, Restoran cepat saji, Warung kaki lima, hingga Bistro dan Cafe. Industri kuliner dinilai cukup menjanjikan karena menawarkan produk yang merupakan kebutuhan dasar setiap manusia, yaitu makanan dan minuman. Tidak hanya menjual makanan dan minuman olahan asli Indonesia saja, industri kuliner di Indonesia juga diramaikan oleh olahan makanan Internasional.

Masyarakat Indonesia memang cenderung terbuka dengan budaya Negara lain, termasuk makanannya. Di Indonesia dapat dengan mudah kita temui restoran yang menjual pizza dan aneka pasta khas Italia, sushi dan sashimi khas Jepang dan makanan khas Korea. Perkembangan jaman saat ini juga membuat masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi, mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah. Menikmati makanan siap saji bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan primer tapi juga sebagai dari gaya hidup, dimana food court, cafe, restoran makanan cepat saji menjadi tempat berkumpul yang amat diminati. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul bersama kerabat atau keluarga. Food court, cafe atau restoran makanan cepat saji telah menjadi identitas tersendiri bagi kalangan tertentu, baik remaja hingga dewasa.

Bisnis makanan menjadi bidang bisnis yang menjanjikan, khususnya di kota-kota besar seperti Bandung. Padatnya kesibukan dan aktivitas masyarakat di kota-kota besar menyebabkan mereka tidak memiliki waktu untuk sekedar menyiapkan makanannya sendiri dan lebih memilih untuk mengonsumsi

makanan diluar rumah. Sebuah penelitian yang pernah dilakukan Dr. Grace Judio-Kahl, Msc., mengatakan bahwa secara keseluruhan perilaku masyarakat Indonesia adalah lebih menyukai makanan diluar rumah dibandingkan makanan dirumah sendiri karena keterbatasan waktu yang dimilikinya.

Perubahan pola hidup masyarakat Indonesia ini menyebabkan masyarakat cenderung memilih sesuatu yang serba instan termasuk mengkonsumsi *fast food*. Data survey AC Nielsen online customer tahun 2009 mendapatkan hasil bahwa 28% masyarakat Indonesia mengkonsumsi fast food minimal satu minggu sehari dan 33% diantaranya mengkonsumsi pada saat jam makan siang. Tidak mengherankan jika Indonesia menjadi Negara ke 10 yang paling banyak mengkonsumsi fast food.

Salah satu restoran cepat saji yang menjadi tempat makan favorit masyarakat Indonesia adalah restoran yang menyajikan produk ayam goreng sebagai menu utamanya. Banyaknya bermunculan restoran cepat saji yang menawarkan produk utama berupa ayam goreng seperti KFC, McD, Richeese Factory, A&W dan lain-lain. Bisa menjadi bukti bahwa restoran cepat saji disukai oleh masyarakat Indonesia. Namun, Masuknya beragam merk-merk tersebut membuat persaingan semakin ketat di industri restoran cepat saji khususnya produk ayam goreng.

Bagi Produsen, hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk dan jasa yang bermunculan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia usaha. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat

bersaing di pasar. Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Kondisi persaingan yang ketat membuat pelanggan sangat rentan untuk berubah- ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan pelanggan secara terus - menerus. Hal tersebut yang menjadi faktor penyebab berdirinya bisnis kuliner di Kota Bandung. Mereka bersaing melalui produk dan harga untuk membuat pelanggan puas dan menjadi loyal terhadap produk yang ditawarkan. Secara rinci mengenai perusahaan yang bergerak dibidang makanan di kota Bandung dapat dilihat di Tabel 1.2:

Tabel 1.2
Perusahaan Sejenis di kota Bandung






No	Nama Perusahaan	Lama berdiri	Jumlah Cabang
1	Richeese Factory	2011	14
2	KFC	1979	22
3	McDonald's	1989	10

(Sumber: Pengolahan Data 2016)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa terdapat persaingan antara Pengusaha yang bergerak di bidang makanan cepat saji, hal ini untuk memperoleh pangsa pasar dapat dilakukan dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang nantinya akan berdampak pada loyalitas pelanggan. Dikarenakan kepuasan merupakan faktor kunci yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan agar dapat unggul dalam persaingan yang semakin kompetitif. Sudah dipastikan, ada beberapa toko yang tutup disebabkan karena adanya ketidakpuasan pelanggan akan produk dan harga yang disajikan. Pelanggan yang tidak puas kemungkinan

untuk melakukan pembelian ulang adalah kecil dan akan melakukan pembelian di tempat yang mereka nilai lebih baik.

Berikut perbandingan harga produk ayam goreng Richeese factory dengan pesaing:

		
		
combo 1 chicken	Panas 1	Super Mantap
Rp.27.273	Rp.25.909	Rp.18.635

Gambar 1.1
Perbandingan harga produk Richeese Factory dengan pesaing

Dari gambar 1.1 diatas dapat dilihat bahwa harga paket ayam goreng Richeese factory lebih mahal dari para pesaingnya. Richeese factory harus melakukan evaluasi terhadap harga yang mereka tawarkan, sehingga sesuai dengan produk yang mereka miliki. Harga yang sesuai bukan hanya untuk menarik pelanggan dalam memilih produk, melainkan juga dapat memperbaiki sikap, kepuasan pelanggan dan loyalitasnya terhadap suatu produk. Harga juga merupakan salah satu bahan pertimbangan bagi setiap pelanggan untuk membeli

produk pada suatu perusahaan, ketika harga sesuai dengan kualitas produk dan harapan pelanggan, maka pelanggan akan loyal atau melakukan pembelian ulang.

Melihat fenomena diatas, Richeese factory hadir dengan menawarkan keunikan tersendiri agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis. Richeese Factory adalah restoran cepat saji yang menawarkan ayam goreng dengan cita rasa unik, yaitu mempunyai level kepedasan dan menawarkan saus keju yang gurih. Richeese factory berdiri pada Tahun 2011 dan hingga saat ini sudah memiliki 14 outlet yang tersebar di Kota Bandung. Dengan Tahun berdiri yang terhitung masih dini, Richeese factory mampu bersaing dengan para kompetitor pendahulunya seperti McD dan KFC dengan menyaingi jumlah outlet yang tersebar di Kota Bandung. Richeese factory sendiri memiliki tempat atau outlet yang nyaman, cukup besar dan sangat tepat untuk dijadikan tempat ngobrol ataupun berdiskusi bersama teman-teman ataupun keluarga karena mayoritas pengunjung di Richeese factory adalah anak muda seperti mahasiswa, anak sekolah, karyawan kantor, serta keluarga. Outlet akan sangat Ramai di datangi pengunjung pada saat hari libur kerja atau weekend, namun dihari biasa pun cukup ramai di datangi pengunjung seperti mahasiswa, anak sekolah dan karyawan pada jam makan siang, saat jam pulang kantor maupun istirahat kantor. Pada saat masuk ke outlet pengunjung Richeese Factory, pengunjung langsung memilih makanan kemudian langsung melakukan pembayaran dikasir. Jam Operasional untuk usaha Richeese Factory ini mulai pukul 10.00 hingga pukul 22.00 WIB di weekday atau hari kerja, sedangkan di weekend atau hari libur mulai pukul 10.00 hingga pukul 24.00 pada hari sabtu dan hari minggu mulai pukul 10.00 hingga pukul 23.00 WIB.

Recheese factory beralamat di Jl. Riau No. 81, Bandung. Berikut daftar outlet

Recheese factory yang ada di Bandung:

Tabel 1.1
Daftar Outlet Richeese Factory di Bandung

1	Jl. Ahmad Yani No. 154 – 156, Bandung 40262	8	Jl. Pahlawan No. 19, Cihaurgeulis, Bandung
2	Jl. Purnawarman No. 11-13, Bandung 40117	9	Jl. Pajajaran No. 65 Bandung
3	Jl. Buah Batu no. 243 Bandung 40264	10	JL. Sukajadi 137 – 139, Sukajadi, Bdg (Sky Level)
4	Jl. Soekarno Hatta No. 252 kel. Kopo Kec. Bojongloa Kaler	11	Jl. Riau No. 81 Bandung
5	Jl. Dipatiukur No. 87 Bandung	12	Jl. Soekarno Hatta No. 618 Bandung
6	Jl. Gatot Subroto No. 219 Bandung	13	Jl. Sukajadi No. 234 Bandung
7	Jl. Pasirkaliki 121 – 123, Bandung 40173 (3rd Floor)	14	Jl. Taman Kopo Indah II Blok V-01A Bandung

Sumber: (Richeese factory)

Menu makanan yang disediakan cukup beragam tidak hanya ayam goreng yang mempunyai level kepedasan, tetapi terdapat juga menu makanan seperti Nacos, Sandwich, Kentang goreng, BBQ cheese, Salad dan Cake yang semuanya menggunakan saus keju sebagai ciri khasnya. Richeese Factory ini merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan makanan dimana semua makanan yang disajikan menggunakan saus keju yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat di Kota Bandung. Industri makanan sebagai salah satu industri kreatif dalam perkembangan saat ini meningkat pesat, karena makanan merupakan kebutuhan dasar untuk setiap manusia. Itu adalah salah satu alasan bahwa usaha makanan selalu menjanjikan. Tetapi harus ada kreasi, inovasi, dan rasa yang saat ini banyak dijadikan sebagai ladang usaha bagi para pengusaha.

Loyalitas pelanggan diperoleh saat pelanggan melakukan pembelian ulang yang konsisten, pelanggan membeli kembali produk yang sama yang di tawarkan perusahaan, merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain, pelanggan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk tersebut kepada orang lain, pelanggan tidak mudah beralih pada produk pesaing pelanggan tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing (Tjiptono : 2009:107). Loyalitas pelanggan tersebut terbentuk dari kepuasan pelanggan terhadap hasil kinerja yang mereka terima sesuai dengan harapan yang mereka miliki, salah satu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga dan kualitas produk.

Kepuasan pelanggan menjadi masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan, bahwa perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh pelanggan. Menurut Kotler (2003: 61) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, misalnya dengan memperhatikan faktor harga dan kualitas produk. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, pelanggan akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal/relatif terjangkau, dengan kualitas barang yang baik. Kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang utama bagi kebanyakan perusahaan. Jika kinerja produk lebih rendah dari pada harapan Pelanggan akan kecewa jika ternyata hasil yang mereka terima tidak sesuai

dengan harapan mereka dan akan menyebabkan pelanggan tidak akan melakukan pembelian ulang. Pelanggan akan puas jika hasil atau kinerja yang mereka terima sesuai atau melebihi harapannya dan akan berdampak pada loyalitas pelanggan yaitu melakukan pembelian ulang.

Ketika pelanggan memutuskan untuk membeli sebuah produk, akan memilih produk yang memiliki kualitas yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan. Menurut Kotler (2005:49) yang dialihbahasakan oleh Bob Sabran bahwa, “Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat”. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa “Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas“. Peran kualitas dari sebuah produk memiliki banyak fungsi, karena produk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam banyak cara. Disinilah pemasar harus membangun kreatifitas tinggi untuk membuat produk yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda sehingga dapat memuaskan harapan pelanggan dan berdampak pada loyalitas pelanggan dengan melakukan pembelian ulang maupun promosi dari mulut kemulut.

Pada umumnya, pelanggan cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah. Menurut Buchari Alma (2011:169) mendefinisikan “Harga (*price*) sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang”. Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan

informasi. Harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting bagi pelanggan untuk membeli produk pada suatu perusahaan, ketika harga sesuai dengan harapan pelanggan dan merasa puas, maka pelanggan akan loyal atau melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.

Setelah perusahaan berhasil memenuhi semua elemen tersebut, maka perusahaan dapat memperoleh manfaatnya, yakni kepuasan pelanggan yang berujung pada loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2007:238) memberikan definisi kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang dialihbahasakan oleh Bob Sabran, yaitu “kepuasan pelanggan adalah fungsi dari seberapa sesuainya harapan pembeli produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas produk tersebut”.

Setelah pelanggan merasa puas atas produk atau jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan, maka akan terciptanya loyalitas pelanggan, yang dimana pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini disebabkan karena pelanggan puas atas produk yang telah dikonsumsi sebelumnya. Menurut Olson (dalam Mushanto, 2004:128) berpendapat bahwa “loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut yang membutuhkan waktu lama melalui suatu proses pembelian yang terjadi secara berulang”.

Perasaan – perasaan itu akan membuat apakah pembeli akan membeli produk tersebut dan akan membicarakan hal - hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan tentang produk tersebut dengan orang lain. Kepuasan pelanggan

merupakan konsep penting dalam konsep pemasaran. Melihat tingginya tingkat kepentingannya pada pemasaran, kepuasan telah menjadi subyek dari beberapa penelitian pelanggan yang dilakukan cukup gencar oleh perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah keinginan pelanggan yang sebenarnya. Perusahaan perlu melihat pentingnya pelanggan dipuaskan dengan memberikan harga yang relatif murah dan kualitas produk yang baik. Artinya, memberikan kinerja yang sama atau melebihi harapan pelanggan, dengan tujuan untuk mendapatkan para pelanggan yang loyal sehingga memberikan manfaat yang tinggi bagi perusahaan.

Informasi loyalitas pelanggan sangat penting sebagai bahan evaluasi dan koreksi untuk menjadikan tempat makan Richeese Factory lebih baik lagi, berikut ini adalah data jumlah pembelian dan pengunjung di Richeese Factory dapat dilihat pada Tabel 1.3 dan Tabel 1.4:

Tabel 1.3
Data Penjualan Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
Tahun 2015-2016

No	Bulan	Jumlah penjualan (Rp)
1	Februari	389.480.000
2	Maret	381.960.000
3	April	345.160.000
4	Mei	320.560.000
5	Juni	392.920.000
6	Juli	430.600.000
7	Agustus	394.440.000
8	September	375.800.000
9	Oktober	366.440.000
10	November	352.800.000
11	Desember	337.160.000
12	Januari	408.760.000
13	Februari	356.680.000

(Sumber : Richeese Factory 2016)

Tabel 1.4
Data Pengunjung Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
Tahun 2015-2016

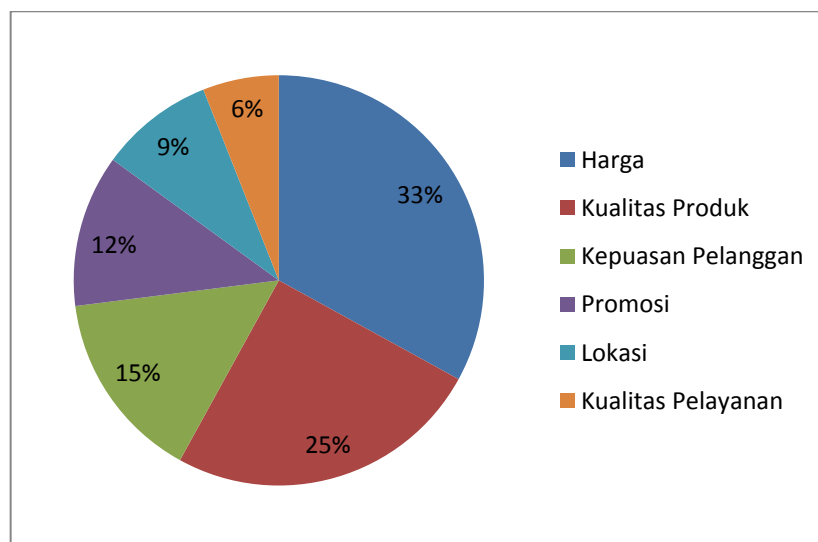
No	Bulan	Jumlah pengunjung
1	Februari	9.737
2	Maret	9.546
3	April	8.629
4	Mei	8.214
5	Juni	9.823
6	Juli	10.765
7	Agustus	9.861
8	September	9.395
9	Oktober	9.161
10	November	8.820
11	Desember	8.429
12	Januari	10.219
13	Februari	8.917

(Sumber : Richeese Factory 2016)

Dari Tabel 1.3 dan Tabel 1.4 diatas diketahui bahwa data penjualan dan pengunjung di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung terlihat bahwa penjualan pada bulan juli 2015 dan januari 2016 mencapai Rp.400 juta lebih. Namun pada bulan-bulan lainnya penjualan Richeese Factory hanya berkisar Rp.300 juta lebih. Dari data diatas menunjukkan bahwan penjualan Richeese Factory cenderung tidak stabil dan menurun. Hal ini menjadi permasalahan bagi Richeese Factory Cabang Riau, Bandung. Adanya salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan agar Richeese Factory tetap bertahan di industri kuliner, perusahaan perlu mencari cara untuk bertahan dalam meningkatkan penjualan mereka dan selalu menarik perhatian pelanggan yaitu dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan yang nantinya akan berdampak pada loyalitas pelanggan.

Setiap individu pelanggan memiliki perilaku yang berbeda. Perubahan perilaku dari setiap individu tersebut sangat dapat mempengaruhi munculnya tuntutan dari setiap individu tersebut sangat dapat mempengaruhi munculnya tuntutan agar Richeese Factory dapat menyediakan makanan yang berkualitas, fasilitas yang menyenangkan serta juga harga yang ekonomis dan terjangkau oleh segala kalangan agar nantinya pelanggan dapat kembali lagi untuk melakukan pembelian.

Berkaitan dengan hal tersebut, penulis melakukan survey pada 30 pelanggan Richeese factory yang bertempat di Jalan Riau No.81 Bandung mengenai sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan Richeese Factory, Maka dari itu peneliti melakukan survey pendahuluan untuk mengetahui faktor apa yang mengakibatkan penurunan.



Gambar 1.2
Faktor – Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan
(Sumber : Hasil Pengolahan data 2016)

Dari hasil pra survey di atas dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan pada Richees factory adalah Harga dengan presentase 33%, lalu diikuti oleh Kualitas produk sebesar 25%, Kepuasan Pelanggan sebesar 15%, Promosi 12%, Lokasi 9%, dan terakhir Kualitas pelayanan sebesar 6%, maka faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Richeese factory yaitu Harga.

Melihat hasil survey diatas, Richeese factory perlu melakukan inovasi atau variasi pada Harga. Harga yang sesuai bukan hanya untuk menarik pelanggan dalam memilih produk, melainkan juga dapat memperbaiki sikap, kepuasan pelanggan dan loyalitasnya terhadap suatu produk. Melihat bahwa banyak pesaing pelaku usaha sejenis lainnya yang memiliki harga yang sesuai, maka ini akan menjadi perhatian khusus bagi Richeese factory untuk lebih memperhatikan hal tersebut. Karena jika dibandingkan dengan harga dari produk pesaing, harga produk yang ditawarkan oleh Richeese factory cenderung mahal dibandingkan dengan pesaingnya.

Faktor dominan kedua yaitu kualitas produk, Richeese factory harus mengembangkan atau memperbaiki kualitas produknya menjadi lebih baik lagi, karena dari kualitas produk yang didapat pelanggan merupakan determinan utama untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal, sekaligus merupakan kunci untuk mempertahankan nilai perusahaan sehingga dapat memperlebar jangkauan pasar dan dapat meningkatkan penjualan produk. Melihat dari pelaku usaha sejenis yang memberikan pilihan varian menu yang banyak dan kualitas produk yang berkualitas, maka Richeese Factory harus mengembangkan

dan memperbaiki kembali kualitas produk yang mereka tawarkan agar pelanggan merasa puas dan melakukan pembelian ulang. Karena jika tidak melakukan pengembangan kualitas, maka akan mempengaruhi total penjualan pada Richeese factory.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di *Richeese Factory* dengan judul:

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Richeese Factory Cabang Riau, Bandung)

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Masalah pada hakekatnya merupakan suatu keadaan yang menunjukkan adanya kesenjangan antara rencana dengan pelaksanaan, antara harapan dengan kenyataan, antara teori dengan fakta. Penelitian pada dasarnya dilakukan guna mendapat data yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah, untuk itu setiap penelitian yang dilakukan selalu berangkat dari masalah, begitupun dengan penelitian ini.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang mengenai fenomena Loyalitas Pelanggan dan pemaparan faktor - faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Richeese Factory melalui hasil pra survey, maka peneliti melakukan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Meningkatnya jumlah pesaing yang sejenis, sehingga berdampak pada turunnya omset penjualan di Richeese factory
2. Adanya kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan dibulan tertentu di Richeese factory
3. Kualitas produk di Richeese Factory yang masih kurang baik
4. Harga ayam goreng di Richeese Factory lebih mahal dari produk lain yang ada dipasaran
5. Richeese Factory belum memenuhi harapan pelanggan dibanding produk ayam goreng lainnya
6. Pelanggan tidak merasa puas dengan Harga yang ditawarkan Richeese Factory
7. Pelanggan tidak puas dengan porsi makanan yang diberikan Richeese Factory

1.2.2 Rumusan Masalah

Bertitiktolak dari latar belakang penelitian dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pengunjung tentang Harga di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
2. Bagaimana tanggapan pengunjung tentang Kualitas produk di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
3. Bagaimana tanggapan pengunjung tentang Kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung

4. Bagaimana tanggapan pengunjung tentang Loyalitas pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
5. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
6. Seberapa besar pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
7. Seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
8. Seberapa besar pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
9. Seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan dan dampaknya pada Loyalitas pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah diatas, adapun tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hal-hal sebagai berikut :

1. Tanggapan pengunjung tentang Harga di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
2. Tanggapan pengunjung tentang Kualitas produk di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung

3. Tanggapan pengunjung tentang Kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
4. Tanggapan pengunjung tentang Loyalitas pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
5. Besarnya pengaruh Harga terhadap Kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
6. Besarnya pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
7. Besarnya pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
8. Besarnya pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung
9. Besarnya pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan dan dampaknya pada Loyalitas pelanggan di Richeese Factory Cabang Riau, Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, terutama yang berhubungan dengan Harga, Kualitas Produk sehingga bisa mempertahankan Harga, Kualitas Produk serta Kepuasan pelanggan dan Loyalitas pelanggan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya yang terurai sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi pengembangan ilmu manajemen
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi untuk manajemen pemasaran secara umum dan khususnya tentang pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan dan dampaknya pada Loyalitas pelanggan.
 - b. Sebagai bahan pengalaman dan pembelajaran dalam bidang industri kuliner agar selanjutnya dapat memberikan pengetahuan tambahan yang nantinya dapat digunakan oleh penulis untuk membuka bisnis industri dibidang kuliner.
2. Bagi peneliti lain
 - a. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang khususnya ingin meneliti faktor - faktor yang dapat mempengaruhi Loyalitas pelanggan selain Harga dan Kualitas produk.
 - b. Sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah didapat saat perkuliahan dengan realitas yang ada.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi penulis
 - a. Jika suatu saat penulis menjadi manajer perusahaan maka akan menjadi lebih tahu mengenai strategi penjualan, bagaimana cara mengatasi jika mengalami penurunan pengunjung dan bagaimana cara mempertahankan dan meningkatkan pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan Harga

dan Kualitas produk suatu bisnis, selain itu untuk menambah pengetahuan penulis tentang Harga dan Kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan serta dampaknya pada Loyalitas pelanggan.

- b. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi serta gambaran bagi penulis yang menjadi umpan balik yang berkaitan dengan adanya produk atau jasa yang memiliki harga yang sesuai yang dapat mempengaruhi terhadap Loyalitas pelanggan.
 - c. Peneliti memperoleh pengalaman praktis tentang penelitian, ditambah pengembangan wawasan kemampuan akademik dalam bidang manajemen pemasaran.
 - d. Teori- teori yang disampaikan dapat menambah referensi bagi peneliti yang akan membahas topik dengan judul penelitian yang serupa
2. Bagi perusahaan
 - a. Penelitian dapat memberi sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan mengenai pentingnya pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan.
 3. Bagi pihak lain
 - a. Hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai informasi atau sumbangan pikiran yang bermanfaat untuk para pembaca yang akan mengadakan penelitian pada bidang yang sama.