

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia pemasaran kini semakin ketat, globalisasi, kemajuan teknologi serta peraturan-peraturan dalam bidang ekonomi menuntut para pemasar untuk selalu lebih cerdas dalam menguasai unit bisnis yang digelutinya. Perusahaan-perusahaan yang ada tidak lagi memfokuskan aktivitas pemasaran mereka semata-mata pada pencarian pembeli baru, namun sudah lebih kepada usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan kesetiaan pelanggan lama. Dalam terminologi pemasaran dapat dikatakan bahwa tujuan perusahaan saat ini telah bergeser dari *customer acquisition* kepada *customer loyalty* (Wijaya dan Thio, 2008:2).

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat dicapai oleh perusahaan jika perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2009:138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Semakin berkualitas produk ataupun jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi, maka dapat

menimbulkan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Dalam dunia kuliner misalnya jika rasa makanan yang disajikan kepada para pelanggan sesuai dengan harapan mereka maka pelanggan akan merasa puas dan terus melakukan pembelian pada perusahaan tersebut. Dalam memenuhi kepuasan pelanggan tentunya perusahaan juga harus memikirkan dan melakukan langkah strategis agar bisa mempertahankan pelanggan yang ada selama ini apalagi persaingan dunia bisnis kuliner saat ini sangat ketat, ini menuntut para pebisnisnya untuk mengatur strategi bersaing yang mempunyai keunggulan kompetitif. Dengan menjamurnya bisnis kuliner bukanlah hal yang mudah untuk terus bertahan.

Salah satu faktor yang tak bisa dipungkiri memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah lokasi. Menurut Ma'ruf (2006:115) suatu gerai yang memiliki lokasi yang tepat cenderung akan lebih sukses dibanding gerai lain yang berada pada lokasi yang kurang strategis, meskipun keduanya memiliki kesamaan atau serupa. Faktor lokasi/tempat merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Strategi lokasi/tempat adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya di suatu kawasan / daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat. Lokasi mempunyai peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen.

Salah satu bisnis kuliner yang ada di kota Pangkalpinang adalah Restoran Biru Laut. Restoran Biru Laut memiliki lokasi yang sangat strategis

yakni berada di tepi pantai Pasir Padi kelurahan Air Itam ibu kota Pangkalpinang, sehingga tak heran jika restoran ini sangat menarik untuk dikunjungi karena menawarkan panorama yang indah dan menyenangkan bagi para pelanggan yang makan di Biru Laut. Restoran Biru Laut bukan satu-satunya restoran seafood yang ada di Pangkalpinang, dalam hal ini sebut saja pesaing terlamanya yakni Restoran Mr Asui yang juga menawarkan makanan seafood sejak 32 tahun yang lalu atau berdiri sejak tahun 1983, jika dibandingkan dengan restoran Biru laut yang baru berdiri sejak tahun 2001 atau 14 tahun yang lalu, akan tetapi meskipun restoran Biru Laut tak selama restoran Mr Asui berdasarkan wawancara yang saya lakukan kepada kedua pihak didapatkan informasi bahwa pelanggan restoran Biru Laut lebih banyak daripada pelanggan restoran Mr Asui. Hal ini dikarenakan banyak pelanggan yang lebih memilih tempat makan yang menawarkan suasana serta panorama yang nyaman dan indah disamping kualitas rasa. Tetapi hal ini bukanlah satu-satunya strategi agar restoran Biru Laut dapat memenangkan hati pelanggannya karena ada banyak restoran maupun rumah makan lainnya yang setiap tahunnya bertambah di ibu kota Bangka Belitung ini.

Ada banyaknya pesaing menjadikan perusahaan sadar bahwa persaingan pada industri ini semakin ketat. Pihak manajer harus benar-benar memikirkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan agar perusahaannya tetap bertahan meskipun banyak ancaman dari kompetitor dengan bidang usaha sejenis. Ada beberapa jenis rumah makan di Kota Pangkalpinang seperti rumah makan tradisional, modern dan yang khusus hanya menjual makanan-makanan

jenis tertentu seperti restoran seafood. Beberapa daftar nama rumah makan dan restoran tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel I.1
Daftar Nama Restoran dan Rumah Makan di Kota Pangkalpinang

No	Nama dan Alamat	Jenis Makanan	No	Nama dan Alamat	Jenis Makanan
1	Restoran Serata, Jl. Pasir Padi, Kota Pangkalpinang	Sea food	33	RM Sop Buntut "Solo Asli" Jl. Mesjid Jamik Kel. Mesjid Jamik No. 90	Soto dan Sop Buntut
2	Restoran Istana Laut, Jl. Pasir Padi, Kota Pangkalpinang	Sea food	34	RM Pagi Sore, Jl. Mesjid Jamik Kel. Mesjid Jamik	Padang
3	Restoran Biru Laut , Jl. Pasir Padi, Kota Pangkalpinang	Sea food	35	RM Ranah Minang , Jl. A Yani Dalam	Padang
4	Restoran Pondok Kelapa Jl. Pasir Padi, Kota Pangkalpinang	Sea food	36	RM Risky Jaya , Jl. Mesjid Jamik	Padang
5	Restoran Neptune (Aroma Laut), Jl. Pasir Padi, Kota Pangkalpinang	Sea food	37	RM Cinta Rasa, Jl. Mesjid Jamik	Padang
6	Restoran Mr. Asui Jl. Kampung Bintang, Pangkalpinang	Sea food	38	RM Permata Bundo, Jl. Mesjid Jamik No. 103 Kel. Mesjid Jamik	Padang
7	Jaguar Music Resto, El John Plaza. Jl. Mayor Syafrie Rachman No. 208, Pangkalpinang	Restoran Kafe	39	RM Sakato, Jl. Jelutung Kel. Melintang	Padang
8	Kentucky Fried Chicken (KFC), Plaza Ramayana, Pangkalpinang	Restoran Cepat Saji	40	RM Isra, Jl. Mayor H. Muhidin No 120	Padang dan Bangka
9	Rose Garden Jl. Jend. Sudirman No. 175, Pangkalpinang	Restoran Kafe	41	Warung nasi Uduk Bang Agus , Jl. Mesjid Jamik No. 63 Kel. Mesjid Jamik	Nasi Uduk
10	Aga Kareba Cafe Shop, Jl. Solihin GP RT 01 RW 01 No. 17 Kel. Melintang, Pangkalpinang	Restoran Kafe	42	RM Minang Raya , Jl. Yos Sudarso Kel. Gabek II	Padang
11	Bird's Nest Cafe, Jl. Achmad Rosidi Hamzah No.157 (Jl. Theresia)	Restoran Kafe	43	RM Rasa Mande , Jl. Yos Sudarso Kel. Ketapang	Padang
12	Restoran Pondok Kelapa, Jl. Pantai Pasir Padi,	Restoran Kafe	44	RM Hi Man Fat / Afat , Jl. Yos Sudarso Kel. Pasir Garam	Padang
13	Cafe Sate Bang Kumis Jl. Jend. Sudirman (Belakang Masjid Arraudah) Pangkalpinang	Restoran Kafe	45	Warung Bakso Setiawan, Jl. Yos Sudarso Kel. Pasir Garam	Bakso, Soto

14	Saung Kuring Jl. Girimaya, Pangkalpinang	Masakan Khas Sunda	46	RM Sari Bundo Jl. Jendr. Sudirman Rt. 02 Rw. 08 No. 77	Padang
15	Restoran Texas Fried Chicken Plaza Ramayana, Kel.Pasir Padi	Restoran Cepat Saji	47	RM Pondok Indah , Jl. Achmad Yani (DKT)	Palembang
16	Restoran Metro Fried Chicken Jalan Jendral Sudirman	Restoran Cepat Saji	48	RM Palapa Raya, Jl. Jendr. Sudirman No. 85 Kel. Genas	Padang dan Bangka
17	Restoran Xin lu, Jalan A. Yani Pangkalpinang	Padang dan Bangka	49	RM Simpang Raya , Jl. Mayor Syafrie Rachman Kel. Semabung Lama	Padang
18	Restoran New Raja Laut ,Jalan Jendral Sudirman,Pangkalpinang	Sea Food	50	RM Begadang Raya, Jl. Jend. Sudirman no. 35	Padang
19	Restoran Anggrek, Jl. Mayor Syafrie Rachman	Indonesia	51	RM Cahaya Minang, Jl. Mesjid Jamik	Padang
20	Restoran Fuk Sin Jl. Basuki Rachmad Kel. Bukit Intan	Sea Food	52	RM Suka Menanti , JI MS. Rachman	Sea Food , Indonesia
21	Restoran Mahkota Ratu, Jl. Soekarno Hatta	Padang dan Sea Food	53	Pink Cafe Club, Jl. Sudirman	Sea Food , Indonesia
22	RM Suluh II, Jl. Mayor Syafrie Rachman No. 52	Padang	54	Ayu Cafe , Jl. M.H. Muhidin	Sea Food , Indonesia
23	RM Ratok Denai Bioskop Surya Kel. Mesjid Jamik	Padang	55	Smile Cafe, Jl. Hamidah	Sea Food , Indonesia
24	RM Dua Puteri, Jl. Achmad Yani No. 10 Kel. Batin Tikal	Padang	56	GML Cafe, Jl. Bintang Luar	Sea Food , Indonesia
25	RM Afuk Jl. Bukit Intan II Rt. 03 No 50 Kel. Bukit Intan	Indonesia dan Sea Food	57	Evans Cafe , Jl. Effendi	Sea Food , Indonesia
26	Rm Mas Pur, Jl. Jendral Sudirman	Bakso, Soto	58	Sky Cafe, Jl. Pasar (Gd. Plaza Ramayana)	Sea Food , Indonesia
27	RM Eka Ria , Jl. Mayor Syafrie Rachman No. 1	Padang	59	Jaguar Music Resto, Jl. Soekarno Hatta No. 208	Sea Food , Indonesia
28	RM Minang Baru Jl. Mesjid Jamik Kel. Mesjid Jamik	Padang	60	WJ Cafe, Jl. A. Yani No. 10	Sea Food , Indonesia
29	RM Ita, JI Mesjid Jamik	Padang dan Bangka	61	Suka-suki, Jl. Depati Amir	Sea Food , Indonesia
30	RM Sinar Balingka , Jl. Mentok Kel. Keramat	Padang	62	Rest Nad , Jl. Pengadilan No. 14	Bangka
31	RM Putri Minang , Jl. Mentok	Jl. Mentok	63	RM Vida, Jl. A Yani Kel. Kacang Pedang	Bangka
32	RM Nazar , Jl. Mentok	Jl. Mentok	64	Y2 Steak and Crepes Cafe, Jl. Jend Sudirman No. 20	Fast Food

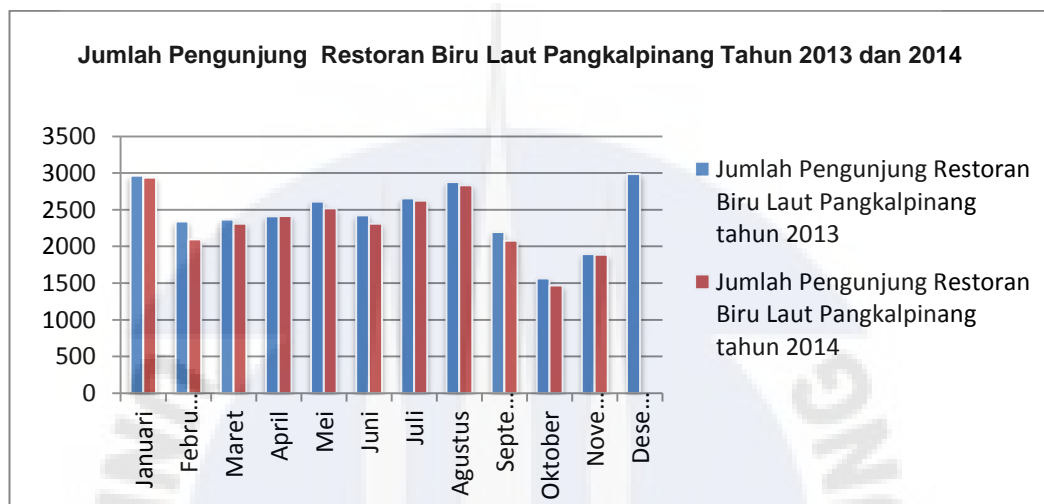
Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

Semakin banyaknya rumah makan yang ada membuat pelanggan memiliki berbagai macam pilihan sesuai dengan keinginan mereka. Setiap rumah makan memiliki ciri khas yang berbeda-beda dari segi pelayanannya, penataan interior dan fasilitas-fasilitas yang digunakan. Pemilik harus mengetahui dengan seksama apa yang menjadi keinginan pelanggan agar pelanggan tidak berpaling pada yang lain. Tidak dapat dipungkiri bahwa konsumen lebih memilih rumah makan yang mempunyai kenyamanan tempat, fasilitas yang lengkap dan pelayanan yang baik dan memuaskan. Pelanggan bukan hanya dipuaskan oleh produk yang mereka konsumsi, tetapi dari pengalaman, emosional serta hubungan yang baik yang mereka dapatkan dari awal mereka menjejakkan kaki hingga pulang. Karena itulah perusahaan harus melakukan pemasaran dengan banyak menyentuh sisi psikologi pelanggan, sehingga siapapun yang pernah berkunjung disana akan memperoleh pengalaman yang tidak biasa. Kepuasan yang diperoleh pelanggan saat berkunjung dapat dihasilkan dari *experience*, sehingga pelanggan sering kali akan menceritakan pengalamannya selama berkunjung kepada keluarga, teman-teman dan orang-orang sekitar, serta akan membuat kunjungan kembali.

Selain itu juga para pemasar yang cerdas akan menyadari bahwa hubungan yang hangat yang didasari dengan sikap tulus dan saling mendukung dapat mencairkan kebekuan dan membentuk sebuah apresiasi terhadap pelanggan sebagai karakter yang unik sehingga akan menjadi pelanggan yang loyal. Restoran Biru Laut dalam hal ini juga memiliki pelanggan-pelanggan yang loyal meskipun tak dapat dipungkiri bahwa setiap bulannya mengalami fluktuasi.

Hal tersebut bisa dilihat dari data penjualan Restoran Biru Laut tahun 2013-2014 sebagai berikut:

Diagram I.1
Volume Pengunjung di Restoran Biru laut Kota Pangkalpinang 2013-2014



Sumber : Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang

Dari diagram I.1 kita dapat melihat bahwa jumlah pengunjung pada Restoran Biru laut mengalami fluktuasi, dari bulan januari ke bulan februari mengalami penurunan yang cukup signifikan, terjadi peningkatan pada bulan maret, april, dan mei meskipun tidak signifikan, kembali terjadi penurunan yang signifikan pada bulan oktober meskipun pada akhirnya mengalami peningkatan yang signifikan pada bulan desember.

Situasi yang terjadi seperti uraian diatas menunjukkan bahwa industri kuliner seperti ini memang mengalami pasang surut, ada banyak faktor yang mempengaruhinya seperti kualitas pelayanan yang diberikan, variasi menu makanan dan minuman hingga hal yang diluar kondisi internal perusahaan seperti banyaknya pesaing. Untuk itu sudah semestinya Restoran Biru Laut harus

memiliki strategi yang jitu agar para pelanggannya tetap memiliki rasa loyalitas terhadap Restoran Biru Laut yang dalam hal ini dapat diwujudkan oleh pihak Restoran melalui penciptaan kepuasan pelanggan, pemberian pemasaran hubungan (*relationship marketing*) serta pengalaman yang mengesankan kepada para pelanggan melalui strategi pemasaran yakni *experiential marketing*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Experiential Marketing*, *Relationship Marketing*, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana *experiential marketing*, *relationship marketing*, kepuasan pelanggan, lokasi, dan loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang ?
2. Bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang ?
3. Bagaimana pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang ?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang ?

5. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang ?
6. Bagaimana besarnya kontribusi *experiential marketing*, *relationship marketing*, kepuasan pelanggan, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang ?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak terlalu luas, maka peneliti membatasi variabel dan lokasi penelitian yakni: hanya ada 4 variabel independen dan satu variabel dependen yakni strategi pemasaran *experiential marketing*, strategi pemasaran *relationship marketing*, kepuasan pelanggan dan lokasi serta loyalitas pelanggan dan lokasi penelitian adalah Restoran Biru Laut Pangkalpinang.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menjelaskan *experiential marketing*, *relationship marketing*, kepuasan pelanggan, lokasi dan loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang.
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang.

3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang.
4. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang.
5. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang.
6. Mengetahui dan menjelaskan besarnya kontribusi *experiential marketing, relationship marketing*, kepuasan pelanggan, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai bahan acuan dan pembanding dalam penulisan skripsi di masa yang akan datang.
 - b. Dapat mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran serta besarnya loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh dari bangku kuliah dalam praktek yang sesungguhnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat landasan teori tentang, Pemasaran, Manajemen Pemasaran, *Experiential Marketing*, *Relationship Marketing*, Kepuasan Pelanggan, Lokasi, Loyalitas Pelanggan, Hasil Penelitian Terdahulu, Kerangka Berpikir, dan Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan berbagai variabel penelitian dan definisi operasional dari masing – masing variabel tersebut, penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan gambaran umum perusahaan serta memberikan jawaban serta penjelasan bagaimana *Experiential Marketing*, *Relationship Marketing*, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Restoran Biru Laut yang selanjutnya akan diinterpretasikan.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan mengenai pengaruh variabel-variabel bebas yakni *experiential marketing*, *relationship marketing*, kepuasan pelanggan dan lokasi terhadap variabel terikat yakni loyalitas pelanggan dan bagaimana hubungan diantaranya serta memberikan saran-saran yang diperlukan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

