



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas
Konsumen di Restoran Vermont Bandung

Skripsi

Oleh

Kemila Rizky Aprilia

2013320175

Bandung

2018



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas
Konsumen di Restoran Vermont Bandung

Skripsi

Oleh

Kemila Rizky Aprilia

2013320175

Pembimbing

James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

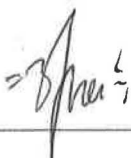


Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Kemila Rizky Aprilia
Nomor Pokok : 2013320175
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen
di Restoran Vermont Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 10 Januari 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

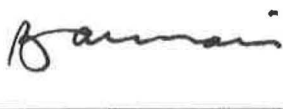
Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

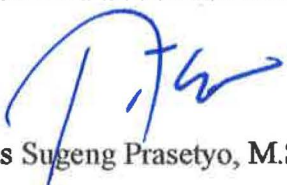
Sekretaris
James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

: 

Anggota
Dr. M. Banowati Talim, M.Si

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Kemila Rizky Aprilia
NPM : 2013320175
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas
Konsumen di Restoran Vermont Bandung

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain yang pernah di ajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditullis, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan yang saya buat ini dengan penuh rasa tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku jika dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung,



Kemila Rizky Aprilia

ABSTRAK

Nama : Kemila Rizky Aprilia
NPM : 2013320175
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di Restoran Vermont Bandung
Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Berwujud, Empati, Loyalitas

Kualitas pelayanan telah menjadi faktor yang cukup berpengaruh dalam pemasaran. Penelitian ini berisi tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas di restoran Vermont. Adapun yang menjadi latar belakang penulisan ini adalah bahwa di Indonesia saat ini telah berkembang tren untuk makan di luar rumah sedang meningkat. Maka dari itu para pelaku bisnis kuliner terutama pemilik restoran semakin berlomba-lomba untuk mencari sesuatu yang bisa ditonjolkan. Di restoran Vermont sendiri salah satu dimensi kualitas pelayanan yang ditonjolkan adalah dimensi *tangible*. Desain bangunan yang unik menjadi faktor yang ditonjolkan di restoran ini. Penelitian ini bertujuan apakah ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di restoran Vermont.

Menurut metodenya, penelitian ini menggunakan metode survey. Jenis penelitian yang dilakukan di penelitian ini adalah penelitian asosiatif dan juga penelitian deskriptif. Sampel dari penelitian ini merupakan konsumen yang sudah pernah makan di restoran Vermont lebih dari satu kali sejumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian menghasilkan bahwa kualitas pelayanan di restoran Vermont berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumennya. Berdasarkan kesimpulan dari analisis maka diharapkan restoran Vermont dapat meningkatkan kualitas pelayanannya yang akan berdampak pada loyalitas konsumen di restoran Vermont.

ABSTRACT

Name : Kemila Rizky Aprilia

NPM : 2013320175

Title : *The Influence of Service Quality towards Consumer Loyalty in Vermont Restaurant Bandung*

Key Words : *Quality of Service, Reliability, Responsiveness, Assurance, Tangibles, Empathy, Loyalty*

Quality of service has become quite influential factor in marketing. This study contains about how the influence of service quality towards consumer loyalty in Vermont restaurant. As for the background of this writing is that in Indonesia today has grown trends to eat outdoors is on the rise. Therefore, culinary business people, especially restaurant owners are increasingly competing to find something that can be highlighted. In the Vermont restaurant itself one of the dimensions of service quality that highlighted is the dimension of tangibles. The unique building design is the highlight of this restaurant. The aim of this research is whether there is influence from service quality towards consumer loyalty in Vermont restaurant.

According to the method, this study uses survey methods. Type of research conducted in this research is associative research and also descriptive research. The sample of this research is the consumer who has ever eaten in Vermont restaurant more than once, a number of 100 respondents by using purposive sampling technique.

The results of the study showed that the quality of service in Vermont restaurants had a significant effect on customer loyalty. Based on the conclusions of the analysis it is expected Vermont restaurant can improve the quality of service that will impact on customer loyalty in Vermont restaurant.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menempuh ujian akhir Srata-1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dukungan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang selalu menyertai penulis dan yang selalu bisa penulis andalkan. Berkat rahmat dan restu-Nya skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar.
2. Papa, Mama, Prisa, dan Pinky yang selalu mendoakan, mendukung, dan menyemangati dalam setiap kegiatan yang saya lakukan.
3. Bapak James Rianto Situmorang, Drs., M.M. yang saya hormati sebagai dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membantu, meluangkan waktu, dan memberikan ilmu kepada saya. Terima kasih banyak atas bimbingannya.
4. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo yang saya hormati selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
5. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. yang saya hormati selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
6. Seluruh dosen, seluruh staf petugas tata usaha serta pekerya Universitas Katolik Parahyangan Bandung atas sumbangsih dan bantuannya kepada penulis selama masa perkuliahannya.

7. Ibu Selly Soeyono selaku salah satu pemilik Restoran Vermont yang telah memberikan izin serta banyak bantuan kepada penulisan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Terima kasih banyak atas bantuannya.
8. Anindita Sari, Putri Arsanti, Putra Surya, Irvan Aktivan, Prananda Ikhsan, Fadhillah Abhipraya, dan Nahdah Salsabilla sebagai teman yang selalu menghibur dan tempat mencurahkan segala cerita serta pengalaman menarik lainnya.
9. Ranadinda, Dheya Shafira, dan Selly Tria sebagai teman yang selalu memberi informasi terbaru yang sedang terjadi di dunia maya saat ini.
10. Ahmad Triono, Nabilla Fitri, dan Adrian Solihin sebagai teman seperjuangan saat penyusunan skripsi ini. Teman yang saling mengingatkan dan menyemangati untuk bimbingan dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman Lonte Ceria, Dinasti Kereta Malam, Tanam Saham, Cool Kids, Sarang Penyamun yang sudah menjadi bagian di kehidupan penulis, sukses untuk kita semua!
12. Para responden yang bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis untuk mengisi kuesioner dan wawancara. Terima kasih banyak bantuannya, tanpa kalian skripsi ini tidak dapat selesai dengan baik.
13. Seluruh keluarga besar, teman-teman, serta seluruh pihak yang telah berpartisipasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Saya ucapkan terima kasih banyak.

Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat beberapa kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan, pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Namun penulis berharap dengan kerendahan hati, semua kritik dan saran akan diterima sebagai masukan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Bandung, 2018

Kemila Rizky Aprilia

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	i
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KERANGKA TEORI	10
2.1 Pemasaran	10
2.1.1 Konsep Pemasaran	10
2.2 Kualitas	14
2.3 Kualitas Pelayanan	14
2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	16
2.4 Loyalitas	16
2.4.1 Jenis-Jenis Loyalitas	18
2.4.2 Tahap-tahap Peningkatan Loyalitas	19
2.5 Perilaku Pembelian	21

2.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Metode Penelitian	24
3.2 Jenis Penelitian	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	25
3.4 Jenis dan Sumber Data	26
3.5 Populasi dan Sampel.....	27
3.6 Variabel Penelitian	29
3.6.1 Variabel Independen	30
3.6.2 Variabel Dependen.....	30
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.8 Analisis Deskriptif	32
3.9 Uji Asumsi Klasik	32
3.9.1 Uji Heteroskedastisitas.....	33
3.9.2 Uji Multikolinieritas.....	33
3.9.3 Uji Normalitas	34
3.10 Uji Koefisien Korelasi	35
3.11 Analisis Regresi Linier	36
3.12 Uji Hipotesis Secara Parsial / Terpisah (Uji t)	37
3.13 Uji Koefisien Determinasi	37
3.14 Operasional Variabel.....	38
BAB IV OBJEK PENELITIAN.....	46
4.1 Sejarah Perusahaan	46

4.2	Profil Perusahaan	47
4.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	50
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
5.1.1	Uji Validitas	52
5.1.2	Uji Reliabilitas	54
5.2	Analisis Deskriptif.....	55
5.2.1	Karakteristik Responden	55
5.2.2	Hasil Penelitian	59
5.2.2.1	Kualitas Pelayanan	59
5.2.2.2	Loyalitas Konsumen.....	96
5.3	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	104
5.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	104
5.3.1.1	Uji Normalitas	104
5.3.1.2	Uji Multikolinierialitas	105
5.3.1.3	Uji Heteroskedastisitas	106
5.3.2	Analisis Regresi (<i>Simple Regression</i>).....	108
5.3.3	Analisis Korelasi	109
5.3.4	Uji Hipotesis Parsial (<i>t Test</i>)	110
5.3.5	Koefisien Determinasi.....	112
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		114
6.1	Kesimpulan.....	114
6.1.1	Perhitungan Statistika	114

6.1.1.1 Perhitungan Koefisien Korelasi	114
6.1.1.2 Perhitungan Analisis Regresi Linier.....	115
6.1.1.3 Perhitungan Uji Hipotesis Parsial (t Test).....	115
6.1.1.4 Perhitungan Koefisien Determinasi	115
6.1.2 Analisis Deskriptif	116
6.1.2.1 Hasil Data Responden	116
6.1.2.2 Tanggapan Responden	116
6.2 Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Area <i>indoor</i> Restoran Vermont	49
Gambar 4.2 Area <i>outdoor</i> Restoran Vermont	49
Gambar 4.3 Tampak depan Restoran Vermont.....	50
Gambar 5.1 Garis Kontinum Dimensi <i>Reliability</i>	68
Gambar 5.2 Garis Kontinum dimensi <i>Responsiveness</i>	74
Gambar 5.3 Garis Kontinum Dimensi <i>Assurance</i>	79
Gambar 5.4 Garis Kontinum Dimensi <i>Tangibles</i>	85
Gambar 5.5 Garis Kontinum Dimensi <i>Empathy</i>	92
Gambar 5.6 Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan	96
Gambar 5.7 Garis Kontinum Variabel Loyalitas Konsumen	103
Gambar 5.8 Uji Heteroskedastisitas	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Restoran, Rumah Makan, Cafe dan Bar di Kota Bandung.....	2
Tabel 1.2 Tabel alasan mengapa datang dan membeli di Restoran Vermont	4
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	38
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 5.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 5.3 Usia Responden	56
Tabel 5.4 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 5.5 Pekerjaan Responden	57
Tabel 5.6 Frekuensi Kunjungan Responden	58
Tabel 5.7 Penghasilan responden per bulan.....	59
Tabel 5.8 Kategorisasi Rata-Rata Skor Tanggapan Responden.....	61
Tabel 5.9 Karyawan memiliki kemampuan yang terampil dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan.....	61
Tabel 5.10 Restoran Vermont memiliki jam buka yang konsisten	62
Tabel 5.11 Karyawan Restoran Vermont menyajikan makanan dan minuman sesuai pesanan	63
Tabel 5.12 Kasir Restoran Vermont melakukan perhitungan dengan teliti pada saat membayar.....	64
Tabel 5.13 Restoran Vermont menyediakan pilihan layanan pembayaran	65
Tabel 5.14 Karyawan Restoran Vermont mampu menjelaskan tentang menu yang ada	66
Tabel 5.15 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	67
Tabel 5.16 Karyawan Restoran Vermont cepat memberi buku menu saat tamu datang.....	69

Tabel 5.17 Karyawan Restoran Vermont cepat menghampiri tamu yang memanggil	70
Tabel 5.18 Karyawan Restoran Vermont cepat dalam menanggapi keluhan	71
Tabel 5.19 Karyawan Restoran Vermont cepat dalam memenuhi permintaan tamu	72
Tabel 5.20 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	73
Tabel 5.21 Menu yang tidak sesuai pesanan bisa diganti sesuai permintaan konsumen	75
Tabel 5.22 Menu yang ditawarkan selalu tersedia setiap tamu memesan.....	76
Tabel 5.23 Keamanan makanan dan minuman di Restoran Vermont untuk dikonsumsi	77
Tabel 5.24 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Assurance</i>	78
Tabel 5.25 Ruang Restoran Vermont memiliki dekorasi yang menarik atau unik	80
Tabel 5.26 Karyawan Restoran Vermont berpenampilan bersih dan rapih	81
Tabel 5.27 Restoran Vermont memiliki ruang makan yang nyaman.....	82
Tabel 5.28 Restoran Vermont memiliki peralatan makan dan minum yang bersih.....	83
Tabel 5.29 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Tangibles</i>	84
Tabel 5.30 Karyawan Restoran Vermont ada saat menyapa tamu yang datang	86
Tabel 5.31 Karyawan Restoran Vermont selalu menanyakan keperluan tamu.....	87
Tabel 5.32 Karyawan Restoran Vermont memperlakukan tamu dengan ramah.....	88
Tabel 5.33 Karyawan Restoran Vermont bertanya perihal ada tidaknya kebutuhan lain	89
Tabel 5.34 Karyawan Restoran Vermont selalu bersikap sopan.....	90
Tabel 5.35 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Empathy</i>	91
Tabel 5.36 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan Diurutkan Berdasarkan Skor Tertinggi	93
Tabel 5.37 Akan menyatakan hal-hal positif mengenai menu dan pelayanan Restoran Vermont kepada teman-teman	97
Tabel 5.38 Merekomendasikan kepada orang lain mengenai Restoran Vermont.....	98
Tabel 5.39 Akan datang kembali ke Restoran Vermont	99

Tabel 5.40 Tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke Restoran lain yang sejenis	100
Tabel 5.41 Merasa puas dengan layanan Restoran ini	101
Tabel 5.42 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas	102
Tabel 5.43 Uji Normalitas (<i>Kolmogorov Smirnov</i>).....	105
Tabel 5.44 Uji Multikolinearitas.....	106
Tabel 5.45 Hasil Analisis Regresi.....	108
Tabel 5.46 Interpretasi Koefisien Korelasi	109
Tabel 5.47 Hasil Analisis Korelasi	110
Tabel 5.48 Hasil Uji Hipotesis Parsial (<i>t Test</i>).....	111
Tabel 5.49 Uji Koefisien Determinasi	112

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, manusia berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan hidupnya untuk taraf cukup bahkan untuk taraf lebih baik itu dalam memenuhi kebutuhan primer, sekunder, maupun kebutuhan tersier. Salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi manusia adalah kebutuhan untuk bertahan hidup (makanan dan minuman). Makanan merupakan salah satu faktor utama keberlangsungan hidup manusia karena setiap individu membutuhkan makanan untuk memenuhi kebutuhan fisiologisnya (teori Maslow dalam Robbins & Judge, 2013:203). Seiring perkembangan jaman, munculah pebisnis-pebisnis yang bergerak di bidang kuliner untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Industri kuliner atau *food and beverages* (makanan dan minuman) telah berkembang pesat dan terkadang menjadi salah satu pendukung ekonomi di suatu daerah atau bahkan di suatu negara. Hal ini didukung oleh mayoritas masyarakat yang melakukan aktivitas di luar rumah sehingga dalam pemenuhan kebutuhannya, mereka memilih untuk makan dan minum di luar atau restoran karena selain waktu yang efisien, makan di luar dipilih karena banyaknya menu yang disajikan sehingga banyak alternatif sesuai dengan makanan yang mereka inginkan.

Tren makan di luar rumah seperti yang dikutip berdasarkan survey dari *The Nielsen Company* (sumber: www.tempo.co) menyatakan bahwa, sebanyak 44% dari orang Indonesia menyukai makan di luar rumah atau restoran. Makan di luar rumah bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan makanan, namun juga sebagai tempat kegiatan bersosialisasi bersama orang lain. Direktur Eksekutif dan Periset Konsumen *The Nielsen Company* mengatakan, frekuensi makan di luar rumah mencerminkan budaya lokal. Hasil survey juga menunjukkan, masyarakat Indonesia paling sering makan di restoran untuk makan malam dan hari favorit mereka untuk keluar makan adalah hari Sabtu.

Berdasarkan paparan di atas, faktor tersebutlah yang mendorong berkembangnya industri kuliner di Indonesia khususnya kota Bandung. Berikut data jumlah restoran dan bar di Kota Bandung dari tahun 2014 – tahun 2016.

Tabel 1.1
Jumlah Restoran, Rumah Makan, Cafe dan Bar di Kota Bandung

Tahun	Jumlah			
	Restoran	Rumah Makan	Cafe	Bar
2014	360	363	12	13
2015	372	355	12	13
2016	396	372	14	13

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Dari data di atas, terlihat jumlah restoran di kota Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dengan meningkatnya jumlah restoran setiap tahunnya

membuat persaingan di bidang industri *food and beverages* (makanan dan minuman) semakin ketat khususnya di Kota Bandung. Setiap pebisnis berupaya mengolah kembali dan memperbaiki setiap pelayanan yang akan dihasilkan. Dengan begitu pelayanan yang diberikan akan lebih baik kualitasnya sehingga kenyamanan konsumen itu sendiri akan meningkat dan mampu bersaing di pasar khususnya di bidang kuliner karena banyaknya jumlah restoran yang ada sekarang ini. Oleh karena itu para pengusaha dan pemilik restoran dituntut untuk selalu memberikan pelayanan terbaiknya untuk diberikan kepada konsumen.

Salah satu restoran yang berada di Kota Bandung adalah Restoran Vermont. Restoran ini merupakan salah satu restoran *cafe* yang terletak di Jalan Karangsari No. 10 Bandung. Di restoran ini juga pasti mementingkan dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen tidak hanya dekorasi dan suasana dari restoran saja yang diutamakan tetapi semua pelayanan yang ada di restoran ini di cek kualitasnya terlebih dahulu. Restoran Vermont mempunyai gaya khas ala *Great Gatsby* ataupun *Art Deco*. Gaya tersebut termasuk dalam keunggulan kualitas pelayanan yang berwujud (*tangible*). Restoran ini baru dibuka pada tahun 2015. Namun dengan hanya baru dibuka 2 tahun saja, restoran ini sudah didatangi oleh banyak konsumen. Hal ini dibuktikan karena peneliti melakukan observasi secara langsung di lokasi. Observasi di lakukan di beberapa hari biasa pukul 17.00 – 20.00 dan di akhir minggu pada pukul 17.00 – 20.00. Dan memang ada beberapa kekurangan pelayanan seperti ada beberapa menu makanan yang lama keluarnya, terkadang saat memanggil pelayan, pelayan kurang cepat tanggap, dan lain lain. Salah satu yang mengesankan adalah

pemberian *welcome bread* secara gratis kepada konsumen hal ini merupakan salah satu pelayanan diberi secara cuma-cuma atau gratis kepada konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi Restoran Vermont karena ketika konsumen merasa puas mereka umumnya akan menjadi loyal dan melakukan pembelian berulang ataupun menyebarkan kepada orang lain melalui mulut ke mulut, hal ini yang membuat jumlah penjualan dalam suatu perusahaan bisa meningkat. Berikut data hasil penyebaran kuisisioner awal pada 50 pengunjung mengenai faktor atau alasan apa yang membuat pengunjung tersebut datang dan membeli di Restoran Vermont:

Tabel 1.2
Tabel alasan mengapa datang dan membeli di Restoran Vermont

No	Alasan datang dan membeli di Vermont	Jawaban	Persentase (%)
1.	Desain tempat	18	36
2.	Pelayanan yang baik	12	24
3.	Menu makanan yang enak	9	18
4.	Tempat yang nyaman	8	16
5.	Parkir yang luas	3	6
	Total	50	100

Sumber: Kuisisioner

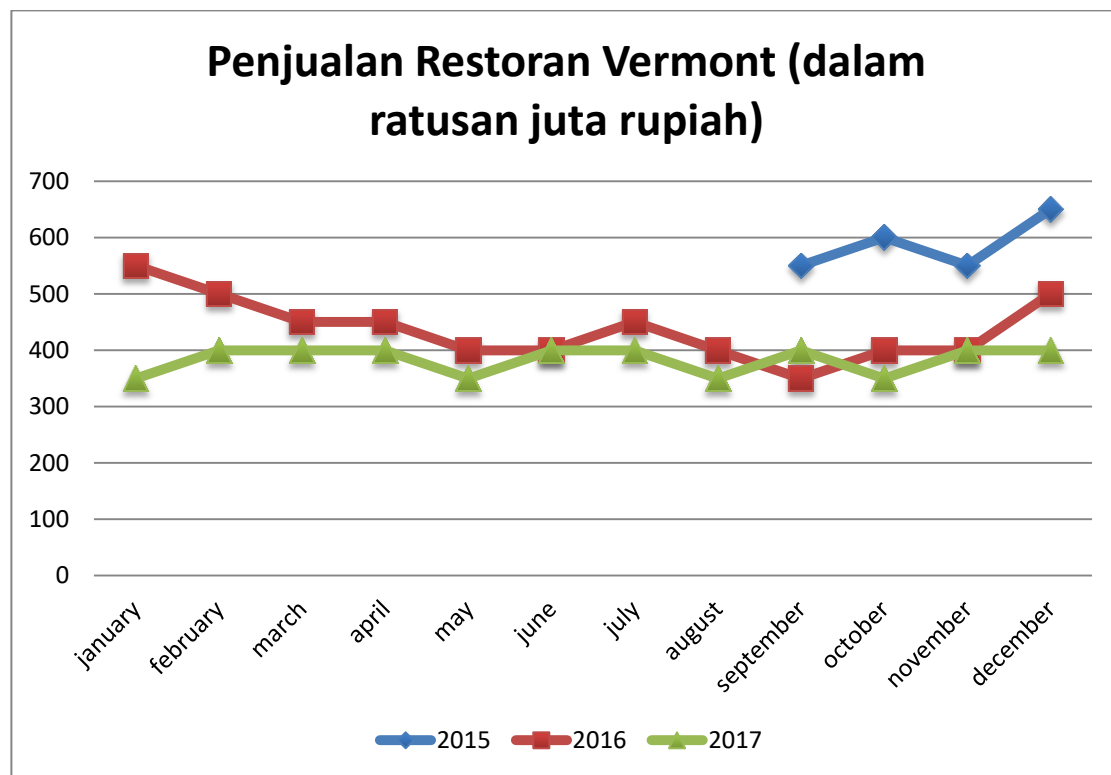
Dari data hasil kuisioner awal di atas, diketahui bahwa desain tempat merupakan faktor paling tinggi yang menjadi alasan konsumen datang dan membeli di Restoran Vermont dengan total responden yang menjawab sebanyak 18 orang (36%). Pelayanan yang baik sebanyak 12 orang (24%), Menu makanan yang enak sebanyak 9 orang (18%), Tempat yang nyaman sebanyak 8 orang (16%), dan Parkir yang luas sebanyak 3 orang (6%). Faktor desain menjadi mayoritas pilihan pengunjung dan menempati urutan pertama dalam hasil kuisioner awal tersebut.

Pengunjung mengatakan faktor tersebut dipilih karena desain tempat di restoran Vermont tergolong unik karena terdapat begitu banyak kaca-kaca di sekeliling restoran, mempunyai gaya yang berbeda yaitu mengusung tema *Great Gatsby* atau *Art Deco*, sehingga selain makan, mereka juga dapat mengabadikan moment dengan latar bangunan Restoran Vermont. Sedangkan untuk faktor Pelayanan yang Baik menempati urutan kedua. Pengunjung mengatakan bahwa pelayanan yang baik yang diberikan Restoran Vermont yaitu cukup cepat ketika memesan makanan sampai makanan tersebut siap dihidangkan dan ditambah dengan pelayan yang sopan dan ramah ketika menyambut dan melayani pengunjung. Lalu untuk faktor Menu Makanan yang Enak menempati urutan ketiga yang dipilih pengunjung. Alasannya adalah, pengunjung mengatakan bahwa menu-menu yang disediakan dan disajikan Restoran Vermont cukup enak dan nikmat karena makanan masih *fresh* atau dalam keadaan baru dimasak. Selain itu, menu yang disediakan masuk selera dan tidak begitu asing di mata pencinta kuliner walaupun sebenarnya menu yang disediakan didominasi menu makanan dari luar negeri. Walaupun

demikian, faktor Menu Makanan yang enak tidaklah dominan sebagai alasan pengunjung untuk mengunjungi Restoran Vermont. Lalu, untuk faktor Tempat yang Nyaman menempati urutan keempat. Alasannya adalah, pengunjung mengatakan bahwa tempat begitu nyaman karena *space* atau jarak antara meja satu dengan meja lainnya agak renggang dan tidak berhimpitan dengan pengunjung lain sehingga pengunjung lebih leluasa dan merasa nyaman ketika makan di Restoran Vermont. Dan faktor yang terakhir adalah Tempat Parkir yang Luas menempati urutan terakhir atau kelima. Alasannya adalah, pengunjung mengatakan bahwa ketika *weekdays*, parkir di Restoran Vermont begitu leluasa sehingga pengunjung mudah untuk memarkirkan kendaraannya. Namun pada saat *weekend*, sulit untuk mendapatkan parkir karena jumlah pengunjung cukup banyak.

Faktor-faktor di ataslah yang dominan menjadi alasan pengunjung datang sehingga mempengaruhi keputusan untuk membeli dan merasa puas sehingga menimbulkan keinginan untuk membeli kembali atau berulang dan akan menimbulkan loyalitas konsumen.

Akan tetapi, semenjak pembukaan restoran ini di tahun 2015 hingga tahun 2017 saat ini terjadi penurunan penjualan yang diperlihatkan pada grafik dibawah ini.



Sumber: Manajemen Restoran Vermont Bandung

Menurunnya penjualan menjadi sebuah indikasi bahwa persaingan di dunia kuliner terutama restoran di Kota Bandung semakin meningkat dan mengakibatkan restoran Vermont mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan membuktikan bahwa adanya pengunjung yang kurang loyal terhadap restoran Vermont. Melihat gejala tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen di restoran tersebut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Restoran Vermont”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Restoran Vermont?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Restoran Vermont.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, diharapkan agar dapat bermanfaat untuk berbagai pihak, antara lain:

1. Penulis

Dalam melakukan penelitian ini, penulis berharap agar dapat menambah wawasan dan pemikiran yang lebih luas dalam menganalisa dan mencari solusi atas masalah yang terjadi. Penulis juga berharap agar dapat

mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah didapat selama duduk di bangku perkuliahan ke dalam dunia nyata, terutama dalam hal kegiatan kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.

2. Perusahaan

Diharapkan agar hasil evaluasi ini dapat menjadi masukan untuk perusahaan, dalam melakukan strategi pemasaran yang sedang berjalan, dan untuk dapat melakukan perbaikan dalam perencanaan dan pelaksanaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga mampu meningkatkan loyalitas konsumen menjadi lebih baik lagi dengan tujuan untuk dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar dari pelanggan yang setia.

3. Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pembaca yang membutuhkan dan tertarik dengan topik ini.