

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya dan kuliner. Keberagaman jenis kuliner tradisional hampir tersebar di seluruh kota maupun pelosok daerah di Indonesia tidak terkecuali Provinsi Jawa Timur. Jawa Timur memiliki keanekaragaman masakan khas berkualitas yang digunakan sebagai salah satu bentuk identitas daerah serta mampu meningkatkan perekonomian masyarakat setempat dengan melakukan bisnis kuliner. Industri kuliner lokal pun menjadi sangat menjanjikan bagi para pengusaha pangan.

Pasuruan memiliki banyak rumah makan yang menyediakan berbagai makanan khas Pasuruan, dimana salah satunya ada nasi rawon. Terdapat salah satu daerah di Jawa Timur yang menyuguhkan kelezatan dari nasi rawon adalah Kota Pasuruan. Nasi rawon di kota Pasuruan memiliki ciri khas yang membedakannya dengan nasi rawon di daerah lain, dimana nasi rawon yang ada di Kota Pasuruan ini dihidangkan dengan berbagai macam lauk, salah satu yang terkenal di Kota Pasuruan ini adalah kombinasi rawon dengan sate komoh. Makanan khas tersebut dapat dijumpai dengan mudah di kota Pasuruan, yang cukup terkenal adalah Rawon Sakinah Bangilan.

Rawon Sakinah Bangilan adalah salah satu rumah makan di kota Pasuruan yang menyediakan makanan lokal khas Pasuruan yang mampu

telah berdiri sejak 1973. Rumah makan tersebut terkenal dengan cita rasa rawonnya yang terbilang nikmat. Rawon Sakinah memang terkenal akan rawonnya, namun selain itu mereka juga menyediakan beberapa menu seperti gule kambing, nasi sambelan dan masih banyak lainnya. Berdirinya Rawon Sakinah Bangilan hingga saat ini tentu membutuhkan banyak sekali perjuangan agar usaha tetap berjalan, salah satunya dengan berusaha menjaga konsistensi dari produk hingga melayani pelanggan dengan baik. Namun ditengah usaha Rawon Sakinah Bangilan dalam mempertahankan bisnis tentunya tidak lepas dari peran para pelanggan langganan yang sering berkunjung kesana, terlebih untuk pelanggan loyal yang selalu mendukung bisnis mereka.

Fenomena persaingan bisnis semakin menajam seiring dengan berjalannya waktu, hal itu juga terjadi di Kota Pasuruan. Salah satunya yang mulai terlihat saat ini adalah usaha makanan lokal yang mulai tergerus oleh zaman dengan munculnya berbagai jenis makanan global dan konsep yang lebih moderen di Kota Pasuruan. Banyaknya pelaku usaha yang mulai berdatangan dengan mengadopsi makanan global sebagai jenis dagangan mereka tentunya akan berdampak juga bagi makanan lokal yang mulai ditinggalkan. Sehingga hal tersebut akan berpeluang untuk mengubah perilaku konsumen yang ada dalam Rawon Sakinah Bangilan ketika menunjukkan sikap loyalitasnya, karena dewasa ini kompetitor bukan hanya datang dari usah makanan lokal saja namun juga dari jenis makanan global.

Customer loyalty adalah komitmen yang dipegang erat untuk membeli dan mendukung kembali produk atau jasa yang disukai pada masa mendatang, walau terdapat pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan berpaling (Kotler & Keller, 2016). Loyalitas pelanggan dalam membeli makanan lokal di Rawon Sakinah Bangilan merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan bisnis yang mereka kelola. Namun beberapa waktu kebelakang Rawon Sakinah Bangilan ternyata tengah mengalami penurunan pelanggan, dimana hal itu juga terdiri dari pelanggan loyal. Kondisi tersebut dapat dilihat dari perilaku para pelanggan yang sebelumnya loyal kini sudah tak seloyal dulu. Sebelum atau bahkan setelah pelanggan menaruh sikap yang loyal terhadap suatu produk atau jasa, konsumen tentunya akan senantiasa memiliki beberapa alternatif atau berbagai pertimbangan untuk menentukan langkah selanjutnya. Sehingga persepsi yang baik dan kepercayaan konsumen akan suatu merek tertentu akan menciptakan minat beli konsumen bahkan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu produk tertentu (Rusandy, 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyani et al., dalam *International Journal of Economic, Business and Accounting Research* (2022), menjelaskan bahwa *brand image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Brand image merupakan persepsi yang timbul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu (Firmansyah, 2019). Pada dasarnya Rawon Sakinah Bangilan selalu berusaha untuk

menjaga *image* yang dimilikinya baik dari segi cita rasa, kualitas pelayanan dan menjaga nama baiknya. Rawon Sakinah Bangilan merupakan salah satu rumah makan lokal yang cukup terkenal di wilayah Pasuruan, namun dengan banyaknya usaha makanan lain baik makanan lokal maupun makanan global yang mulai muncul tidak menutup kemungkinan bagi para konsumennya untuk berpaling. Persepsi atau cara pandang yang dimiliki masing-masing orang tidaklah sama, sehingga tidak menutup kemungkinan bagi para pelanggan loyal untuk mengubah persepsi mereka, hal itulah yang saat ini juga tengah dialami oleh Rawon Sakinah Bangilan.

Tidak hanya *brand image* saja yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, namun adapula variabel *authenticity*. Berdasarkan Ram (Ram et al., 2016) *authentic* digambarkan berdasarkan karakteristiknya nyata, asli, dapat dipercaya, dapat diandalkan, benar secara substansi, dan dilakukan sama seperti aslinya. Makanan lokal umumnya sangat identik dengan *authenticity* atau keaslian daripada produk tersebut yang diturunkan dari satu generasi ke generasi selanjutnya. Dalam hal ini Rawon Sakinah Bangilan senantiasa berupaya untuk mempertahankan keaslian dari bisnis mereka, baik dari segi rasa maupun suasana yang tercipta dalam rumah makan tersebut. Namun seiring perkembangan jaman sejenak makanan lokal mulai dilupakan, dengan adanya hal itu dapat diketahui bahwa minat atau ketertarikan masyarakat terhadap keaslian makanan lokal juga mulai menurun dan hal itulah yang saat ini terjadi di pelanggan Rawon Sakinah Bangilan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan

oleh (Puteri et al., 2021), menyatakan bahwa *authenticity* secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh *Brand Image* dan *Authenticity* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Rawon Sakinah Bangilan**"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dirumuskan suatu permasalahan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *brand image* dan *authenticity* memiliki pengaruh secara simultan terhadap *customer loyalty* di Rawon Sakinah Bangilan?
2. Apakah *brand image* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* di Rawon Sakinah Bangilan?
3. Apakah *authenticity* memiliki pengaruh terhadap terhadap *customer loyalty* di Rawon Sakinah Bangilan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *brand image* dan *authenticity* terhadap *customer loyalty* di Rawon Sakinah Bangilan
2. Mengetahui pengaruh *brand image* terhadap *customer loyalty* di Rawon Sakinah Bangilan

3. Mengetahui pengaruh *authenticity* terhadap *customer loyalty* di Rawon Sakinah Bangilan

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan dan kontribusi bagi pihak-pihak yang terkait:

1. Bagi Peneliti

Adanya penelitian ini diharapkan menjadi pengalaman yang bermanfaat dalam peningkatan kemampuan peneliti dalam memperluas ilmu dengan dapat memberikan gambaran hasil penelitian mengenai “Pengaruh *Brand Image* dan *Authenticity* Terhadap *Customer Loyalty* pada Rawon Sakinah Bangilan”

2. Bagi Rawon Sakinah Bangilan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran atau bahan pertimbangan dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha makanan lokal pada Rawon Sakinah Bangilan.

3. Bagi Fakultas

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi serta dokumentasi sebagai bahan acuan dalam penelitian mendatang selain buku dan jurnal-jurnal yang telah ada sebelumnya.

4. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi bagi penelitian selanjutnya pada bidang pemasaran.