BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, serta perekonomian yang semakin meningkat memberi imbas positif pada masyarakat, seperti peningkatan daya beli. Hal tersebut mendorong tumbuhnya para pelaku bisnis untuk melakukan suatu usaha yang inovatif diberbagai bidang baik dibidang jasa maupun di bidang produk. Salah satu usaha yang memiliki prospek yang cukup menjanjikan oleh para pelaku bisnis adalah bisnis di bidang kuliner.

Bisnis kuliner akan tetap terus diminati oleh para investor untuk menanamkan modalnya. Karena bisnis ini menjadi salah satu bisnis yang tidak akan pernah mati selama manusia membutuhkan makan. Bisnis kuliner yang digemari sekarang oleh pelaku bisnis adalah membuka Rumah Makan yang tradisional seperti Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura. Kerinduan akan suasana asri, nyaman dan segar mendorong para pelaku bisnis berinovasi membuat trobosan-trobosan baru dan menghadirkan suasana baru untuk memuaskan keinginan pengunjung.

Perkembangan Rumah Makan saat ini semakin pesat dan marak. untuk itu konsumen semakin selektif dalam menentukan Rumah Makan pilihanya. Para pihak pengelola dituntut untuk lebih memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui kualitas produk dan pelayanan yang baik

akan menunjang keberhasilan Rumah Makan tersebut dalam meningkatkan intensitas dan loyalitas pelanggan.

Usaha Rumah Makan harus mempunyai kemampuan untuk menghadapi lingkungan yang serba dinamis dengan lebih berorientasi pada pelanggan, dimana selera pelanggan terhadap makanan mudah berubah dari waktu ke waktu. Rumah Makan yang baik harus memperhatikan layanan jasa yang dibutuhkan. Dengan demikian konsumen memiliki persepsi yang baik sehingga Rumah Makan tersebut mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan dengan Rumah Makan yang lain.

Rumah Makan harus dapat mengetehui kebutuhan, keinginan dan selera dari konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumennya dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginannya. Konsumen akan rela mengeluarkan uang lebih untuk dapat menikmati makanan yang dapat memuaskan mereka tak perduli harga yang ditawarkan. kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono (2005:134) “kepuasan konsumen tercapai bila kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi, maka kepuasan konsumen telah tercipta”. Kepuasan konsumen akan mendorong meningkatnya profit, konsumen yang puas akan bersedia membayar lebih untuk produk yang diterima. Hal ini tentunya akan meningkatkan keuntungan bagi perusahan dan kesetiaan pada perusahaan. Konsumen yang puas biasanya akan melakukan pembelian ulang sehingga berpotensi menjadi pelanggan yang loyal.

Kepuasan konsumen sangat penting demi mempertahankan keberadaan konsumen tersebut untuk tetap berjalannya suatu usaha. Untuk itu salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pengelola adalah dengan melakukan perbaikan secara berkelanjutan, karena kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi pengelola Rumah Makan. Jika konsumen merasa puas terhadap apa yang telah diberikan oleh pengelola Rumah Makan tersebut maka terdapat tiga kemungkinan yaitu berminat untuk melakukan pembelian ulang, mereka berminat untuk merekomendasikan apa yang mereka rasakan kepada teman dan saudaranya dan terakhir mereka akan loyal terhadap produk tersebut. Untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis Rumah Makan ini tidak mudah karena semakin banyaknya pesaing di bisnis ini. Mulai dari daerah perkotaan hingga daerah pedalaman yang memiliki berbagai macam sajian hidangan khas yang sangat lezat.

Adanya proses globalisasi sekarang ini, perkembangan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi telah mampu mempercepat proses inovasi dan perkembangan produk (barang dan jasa),apalagi kita dalam menghadapi pasar bebas maka kualitas jasa pelayanan terhadap konsumen harus menjadi titik perhatian bagi setiap organisasi. Kepusan konsumen harus ditata sedemikian penting untuk eksistensi suatu perusahaan atau organisasi. Dalam bidang pemasaran pengembangan suatu produk/jasasangatlah penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu Negara.

Suatu produk atau jasa harus memiliki daya saing agar menarik pelanggan, sebab bisnis tidak dapat berlangsung tanpa adanya pelanggan.

Suatu produk hanya memiliki daya saing bila keunggulan produk tersebut terletak pada keunikan serta kualitas pelayanan jasa tersebut kepada pelanggan. Agar dapat bersaing suatu produk harus memiliki keunikan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. (Rangkuti, 2002 : 32).Keunikan serta kualitas pelayanannya harus disesuaikan dengan manfaat yang dibutuhkan oleh pelanggan atau dengan kata lain manfaat sutu produk tergantung pada seberapa jauh produk tersebut memenuhi nilai-nilai yang dibutuhkan oleh pelanggan. Suksesnya suatu industri jasa tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu mengelola tiga aspek penting yaitu janji perusahaan mengenai jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan,kemampuan perusahaan untuk membuat karyawan mampu memenuhi janji tersebut serta kemampuan karyawan untuk menyampaikan janji tersebut kepada pelanggan.

Jasa pelayanan yang diberikan dengan baik merupakan srtategi keuntungan karena akan dapat menghasilkan lebih banyak yang baru. Jasa pelayanan dapat membangun kultur organisasi yang baik dimana manusia yang terlibat didalamnya dapat mengembangkan potensi mereka, serta jasa merupakan komponen kunci untuk mendorong suksesnya suatu perusahaan disamping memaksimalkan manfaat dan meminimalkan beban bukan harga untuk konsumen (Berry, Parasuraman, Zeitmalh, 1998).

Berkaitan dengan hal tersebut perlulah dilakukan suatu studi kualitas pelayanan jasa yang diterima oleh konsumen sehingga dapat diketauhi sekaligus mengelola bagian yang menjadi penggerak dalam penyampaian

pelayanan jasa tersebut. Mendengar apa yang diinginkan konsumen merupakan hal yang penting dalam memformasikan strategi pemasaran perusahaan (Kertajaya, 2006).

Penelitian yang dilakukan Dabholkar, et al (2000) dalam Tjiptono(2005), menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang juga dilakukan oleh Stank, et al.(1999) menyatakan bahwa adanya hubungan pengaruh yang sangat sgnifikan antara kualitas jasa secara tidak langsung dengan loyalitas konsumen dengan mediasi kepuasan pelanggan.

Saat ini bebek goreng spesial oleh bapak Haji Slamet Kartasura sudah tidak di ragukan lagi kelezatannya. Bapak Haji Slamet memulai usaha bebek goreng sejak 1986 di Kartasura, Solo. Warung bapak Haji Slamet Kartasura mempunyai 17 karyawan, 12 orang di bagian dapur dan 5 orang di bagian pelayanan. Warung Bebek Slamet ini mempunyai beberapa cabang di luar Solo. Seperti di Jakarta, Bandung, Bekasi, Yogyakarta, Semarang, Gresik dan Bogor.

Objek penelitian ini adalah Bebek Goreng Haji Slamet Kartasuro.Pemilihan objek ini karena Bebek Goreng Haji Slamet Kartasuro adalah salah satu rumah makan yang masih sangat diminati oleh banyak konsumen terutama masyarakat umum, walaupun mulai banyak bermunculan rumah makan-rumah makan baru yang otomatis menjadi pesaing dari Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura. Hal ini terlihat dari jumlah pengunjung yang datang dan seberapa sering mereka berkunjung ke rumah makan tersebut.

Dengan demikian Bebek Goreng Haji Slamet harus dapat mempertahankan para konsumen agar tidak berpindah ke rumah makan yang lain.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini menjadi judul ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi kasus pada Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan di atas maka rumusan masalah yang di ajukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakahkualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisa ada pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk menganalisis pengaruhvariabel kepuasan pelanggan sebagai variabelmemediasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

   Sebagai bahan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh perusahaan, dan dapat dipergunakan sebagai dasar perbaikan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan empirik mengenai pentingnya pengembangan usaha ritel dan jasa berdasarkan persepsi dimensi kualitas layanan, kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.