

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan usaha tumbuh dengan pesat. Hal ini memicu semakin tajamnya persaingan antar industri maupun antar perusahaan. Dalam suatu industri, yang berpenghasilan barang maupun jasa. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus-menerus. Pada persaingan seperti ini, setiap perusahaan di tuntut untuk mampu mengoptimalkan pengolahan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasaran. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2005) dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan . Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen. Menurut Morgan dan

Hunt (dalam Jasfar, 2002) mendefinisikan kepercayaan adalah rasa percaya, kepada mitra dimana seseorang berhubungan . Dengan kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari konsumen. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Tjiptono,2002: 54).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Kepuasan adalah semacam langkah perbandingan antara pengalaman dengan hasil evaluasi, dapat menghasilkan Kotler (2000). Tjiptono (1997:24) kepuasan atau ketidak puasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (discinfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi, iklan. Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya Suatu produk atau jasa

akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Rumah makan Spesial Sambal atau yang sering disebut dengan rumah makan SS merupakan sebuah warung atau tempat makan yang pertama kali berdiri di Jogjakarta. Rumah makan SS ini menyajikan berbagai macam makanan dengan lauk yang bervariasi serta dilengkapi dengan berbagai macam jenis sambal yang bisa dipesan sesuai dengan tingkat kepedasan yang diinginkan. Sesuai namanya produk utama yang ditawarkan dari rumah makan SS ini adalah berbagai macam jenis sambal ada yang mulai dari sambal yang tidak begitu pedas sampai dengan sambal yang sangat pedas. Dengan adanya rumah makan SS para pecinta makanan pedas bisa dimanjakan dengan berbagai jenis sambal yang ditawarkan. Rumah makan SS merupakan sebuah jenis usaha franchise yang tersebar diberbagai kota khususnya di Pulau Jawa. Di Surakarta sendiri terdapat 3 gerai rumah makan SS.

Semua faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan tentang rumah makan SS masih belum dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya secara optimal. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, perusahaan berupaya mencari cara yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini juga disadari oleh rumah makan SS cabang Pabelan yang memberikan jasa makanan yang dituntut secara terus-menerus untuk kian meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggannya. Untuk itu, Penulis memberikan judul pada penelitian ini adalah **“ANALISIS PENGARUH**

KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN SPESIAL SAMBAL DI PABELAN ”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Rumah makan Special Sambal ?
2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Rumah makan Special Sambal ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Rumah makan Special Sambal ?

C. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang akan di lakukan adalah :

1. Untuk mengetahui pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah makan Special Sambal di Pabelan.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah makan Special Sambal di Pabelan.

3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah makan Special Sambal di Pabelan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Peneliti :

Sebagai sarana untuk berlatih berfikir dan menerapkan apa yang telah di dapatkan di bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa di jadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan pengetahuan untuk penelitian – penelitian dibidang pemasaran terutama yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Sebagai arahan dalam memahami skripsi ini, penulis menggunakan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori dalam penelitian yaitu mengenai manajemen pemasaran, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan, pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang lokasi penelitian, data yang di perlukan, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang data yang di uraikan dari data yang sudah didapatkan, menganalisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis data, keterbatasan penelitian, dan sarana untuk mengembangkan peneliti selanjutnya.