

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi persaingan yang ketat ini, setiap perusahaan harus mampu bersaing dan harus memperhatikan kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan yaitu perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan pelayanan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen. Persaingan untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen telah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. Semakin banyak perusahaan sejenis yang beroperasi dengan berbagai produk atau jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat dapat menentukan pilihan sesuai kebutuhannya.

Keberhasilan pemasaran atau suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut. Kepuasan konsumen merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan suatu perusahaan. Dengan demikian masalah kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis.

Selain itu era teknologi yang semakin berkembang pesat menyebabkan terbukanya wawasan masyarakat terhadap informasi-informasi yang ada.

Meningkatnya wawasan masyarakat juga memiliki efek terhadap permintaan suatu produk baik itu barang ataupun jasa. Semakin tingginya pengetahuan akan suatu produk semakin banyak pula tuntutan pelanggan. Oleh karena itu perusahaan berlomba-lomba untuk memenuhi tuntutan konsumen agar tercipta kepuasan pelanggan atas produk yang ditawarkan.

Perusahaan penyedia barang dan jasa selalu berupaya agar produk yang dihasilkan dapat terjual dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus mampu melakukan upaya-upaya untuk mengendalikan dan meningkatkan kualitasnya agar dapat bertahan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Tujuan perusahaan memberikan kepuasan pelanggan adalah dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Kualitas pelayanan merupakan suatu produk dalam suatu perusahaan jasa untuk menarik minat pengguna jasa. Pentingnya pelayanan dalam suatu perusahaan sangat menentukan akan keberhasilan strategi pemasaran. Pelayanan yang baik yaitu mengetahui akan keinginan konsumen demi kepuasan yang didapatkan. Pelayanan ini akan mendukung tercapainya tujuan jangka pendek dan jangka panjang pada perusahaan.

Pelayanan dengan kualitas tinggi yang diberikan sangat mempengaruhi konsumen pada perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas terhadap layanan yang diberikan maka konsumen akan menciptakan niat

pembelian. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting, adapun variable-variabel yang termasuk didalamnya antara lain adalah bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) (Tjiptono, 2007:33)

Menurut Dabholkar et al. (1996) ada lima dimensi dari kualitas jasa ritel yang meliputi aspek fisik (*physical aspects*), reliabilitas (*reliability*), interaksi personal (*personal interaction*), pemecahan masalah (*problem solving*) dan kebijakan (*policy*).

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi pada purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil atau outcome yang sama bahkan melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen (Mardhalis 2005:114)

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran. Terdapat beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan. Baik berupa penilaian konsumen terhadap penampilan kinerja suatu barang atau jasa yang dirasakan konsumen dibandingkan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan terhadap produk atau jasa tersebut. Hal ini yang dapat menimbulkan kepuasan konsumen, pembelian ulang dan loyalitas. Dan kepuasan konsumen ini sangat

dipengaruhi oleh persepsi dan harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

Mengapa kita mengukur kepuasan pelanggan. Agar konsumen merasakan kinerja produk dan kepuasan pelayanan yang menyenangkan sehingga konsumen akan mengalami kepuasan dan rasa nyaman. Namun, jika kepuasan dan kinerja produk nyata jauh dibawah harapan konsumen terhadap kepuasan dan kinerja produk, maka konsumen akan mengalami ketidakpuasan. Maka dari itu, perusahaan harus meningkatkan kualitas produknya dan meningkatkan kepuasan konsumen yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen karena semakin tinggi nilai kualitas produknya dan jasa maka semakin besar pula kepuasan konsumen.

Salah satu bisnis atau usaha yang dirasakan ketat dalam persaingannya saat ini adalah bisnis kuliner. Persaingan yang semakin ketat tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya bisnis berupa kuliner yang mengelola ayam. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka ragam dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap rumah makan tersebut. Hal tersebut menuntut kepada pihak pengelola untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding dengan rumah makan yang lainnya.

Perusahaan perlu melihat pentingnya kepuasaan konsumen dengan kualitas pelayanan yang memuaskan dan juga kualitas produk dari rumah makan tersebut. Artinya memberikan kinerja yang sama atau melebihi

harapan konsumen, dengan tujuan untuk mendapatkan para konsumen yang loyal dan puas sehingga memberikan manfaat pada perusahaan tersebut. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam-Ayam Resto Di Solo”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
Apakah variabel kualitas pelayanan aspek fisik (*physical aspect*), reliabilitas (*reliabilty*), interaksi personal (*personal interaction*), pemecahan masalah (*problem solving*) dan kebijakan (*policy*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam-Ayam Resto di Solo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh aspek fisik (*physical aspect*), reliabilitas (*reliabilty*), interaksi personal (*personal interaction*), pemecahan masalah (*problem solving*) dan kebijakan (*policy*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam-Ayam Resto di Solo.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Membantu memberikan penjelasan dan informasi bagi perusahaan untuk mengetahui tingkat pelayanan yang berhubungan aspek fisik (*physical aspect*), reliabilitas (*reliabilty*), interaksi personal (*personal interaction*), pemecahan masalah (*problem solving*) dan kebijakan (*policy*) dalam memenuhi tuntutan kepuasan konsumen.
2. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi rumah makan ayam-ayam resto untuk perbaikan kualitas layanan guna memenuhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan dimasa yang akan datang.
3. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar, penelitian ini akan dituangkan dalam lima bab pembahasan, adapun sistematika pembahasan yaitu:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan teori, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan berbagai hal, diantaranya kerangka pemikiran, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

4. BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil olahan data yang diperoleh dalam penelitian dan analisis data beserta pembahasan tentang instrumen penelitian, uji asumsi klasik, koefisien determinasi dan analisis regresi berganda.

5. BAB V : KESIMPULAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, sehingga akan diperoleh kesimpulan akhir dari penelitian dan saran-saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya serta implikasi penelitian.