

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pelayanan sebuah kata bagi penyedia jasa yang harus dikerjakan dengan baik, oleh karena itu dalam suatu perusahaan harus memiliki strategi yang khusus untuk mengelola jasa dengan baik. Strategi khusus yang dimaksudkan mengenai tentang hal apa yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, hal itu berkaitan dengan kualitas pelayanan dimana kualitas pelayanan merupakan aspek terpenting untuk mencapai kepuasan pelanggan, untuk itu perlu dikaji tentang kualitas pelayanan secara menyeluruh.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk meneliti bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasanah (2006) bahwa faktor yang menciptakan kepuasan pelanggan adalah keramahan dan kesopanan pramusaji, kelayakan dan kebersihan toilet serta wastfel, sarana parkir dan kenyamanan ruangan makanan.

Yuliarmi dan Putu Riyasa (2007) melakukan penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar. Bahwa hasil yang didapatkan berdasarkan kontinuitas air berada dalam kategori tingkat kepuasan rendah, pencatatan meter air berada dalam kategori tingkat kepuasan sedang, lokasi pembayaran berada dalam kategori tingkat kepuasan tinggi, dan kecepatan penanganan keluhan berada dalam kategori tingkat kepuasan rendah.

Dalam hal ini perusahaan perlu meningkatkan kecepatan penanganan keluhan pelanggan, dimana akhirnya bisa membuat pelanggan menjadi lebih puas.

Penelitian John Hendra Istianto dan Maria (2011), mengemukakan secara teori bahwa kualitas pelayanan yang diberikan yaitu dengan memberikan kepuasan melalui kualitas cita rasa (*taste*) yang dipertahankan dan sesuai dengan selera konsumen, serta pemilihan lokasi yang tepat dan disertai pelayanan yang baik. Adapun hasil analisis menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun dalam menangani keluhan pelanggan kurang cepat hal ini perlu ditingkatkan dengan baik dan perlu memberikan pelatihan kepada karyawan dalam meningkatkan kualitas jasanya.

Riyan Afriyansah (2011), menganalisa bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan penilaian secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen.

Jaisy Aghniarahim Putritamara (2012), hasil penelitian ini bahwa persepsi konsumen terhadap pelayanan, kepedulian produsen dan persepsi dalam kemudahan parkir mempengaruhi kepuasan konsumen tanpa melalui faktor lain diluar kualitas pelayanan, sedangkan untuk karakteristik konsumen semakin meningkatnya usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan maka akan mengurangi kepuasan konsumen dan persepsi konsumen terhadap pelayanan, kepedulian produsen, persepsi dalam

kemudahan parkir mempengaruhi brand image rumah makan melalui tingkat kepuasan.

Penelitian terkait dalam hubungan kualitas pelayanan telah banyak dilakukan, beberapa penelitian tersebut antara lain adalah Jimmy Sugianto dan Sugiono Sugiharto (2013), menunjukkan hasil penelitian bahwa *service quality* pada restoran Yung Ho Surabaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan faktor pelayanan ini terhadap konsumen di restoran Yung Ho Surabaya adalah faktor yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti jika kualitas layanan ditingkatkan, maka kepuasan konsumen Restoran Yung Ho juga akan meningkat.

Soffan Arif dan Prijati (2013), hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa variabel *responsiveness* merupakan variabel yang paling berpengaruh dibandingkan dengan variabel *tangibles*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy*. Untuk itu perlu meningkatkan pelayanan dengan cepat.

Berbeda dengan Wayan Arya Paramarta (2013), menemukan bahwa tidak semua variabel kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hanya dimensi *tangibles* saja yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar, sedangkan dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* tidak

mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut Gatot Subroto.

Salah satu variabel yang sering ditemukan berhubungan dengan kualitas pelayanan adalah kepuasan. Kepuasan yang rendah cenderung disebabkan oleh kualitas pelayanan juga rendah dan begitu sebaliknya. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan kepuasan sebagai variabel terikat (*dependent*). Dalam hal ini dijelaskan bahwa kepuasan merupakan salah satu variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Adapun variabel bebas disini adalah kualitas pelayanan.

Berdasarkan atas hasil penelitian tersebut terdapat hasil yang berbeda-beda, maka penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan masih sangat relevan untuk diteliti. Sehingga berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik memberikan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN AYAM KREMES KHAS SOLO DI PURWODADI”**

B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas pelayanan dalam dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Kremes Khas Solo di Purwodadi?
2. Variabel dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Kremes khas Solo di Purwodadi?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Adapun dalam penelitian ini tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dalam dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Kremes Khas Solo di Purwodadi.
2. Untuk mengetahui yang paling dominan antara variabel kualitas pelayanan dalam dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Kremes Khas Solo di Purwodadi.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, diantaranya:

1. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan dalam mengambil alternatif keputusan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus menerus untuk memuaskan pelanggan pada Rumah Makan Ayam Kremes Khas Solo di Purwodadi.

2. Bagi Penulis

Untuk menambah kajian ilmu manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan menambah wacana pemikiran untuk mengembangkan, memperdalam, dan memperkaya khasnah teoritis dengan penelitian yang sama.

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 tentang manajemen pemasaran, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengembangan hipotesis dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, kerangka pikir, jenis data dan sumber data, populasi, sampel dan teknik sampling, metode pengumpulan data, teknik analisis data, definisi operasional dan pengukuran variabel, metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran perusahaan, data yang diuraikan dari data yang sudah didapatkan, menganalisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis data, keterbatasan penelitian, saran untuk mengembangkan peneliti selanjutnya, saran untuk perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**