

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Letak Kota Surakarta yang berdekatan dengan Kabupaten Boyolali menjadikan Kota Surakarta sebagai pasar strategi bagi penjualan susu sapi yang merupakan salah satu aset perekonomian terbesar di kabupaten Boyolali. Hal tersebut mengakibatkan banyak bermunculan usaha-usaha kuliner yang menghadirkan makanan dan minuman olahan dengan bahan dasar susu sapi di Kota Surakarta. Berbagai macam cara penyajian dilakukan oleh para pengusaha, mulai dari bentuk tempat penjualan (kedai, warung tenda, restoran, dan lain-lain) hingga cara penyajian masakannya.

Banyaknya pengusaha yang bergerak di bidang kuliner susu sapi ini menyebabkan persaingan yang sangat ketat agar usahanya tetap laku dipasaran oleh karena itu perlu adanya strategi-strategi yang dapat diandalkan oleh para pengusaha, baik dalam hal pelayanan, rasa maupun adanya komunikasi yang baik kepada para konsumen. Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan bersaing dan menguasai pasar.

Manajer atau bagian pemasaran harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan dan berusaha menghasilkan kinerja sebaik mungkin, sehingga dapat memuaskan pelanggannya. Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu hal yang penting dalam sebuah

pemasara. Apabila pelanggan merasa puas akan suatu produk dari suatu merek, maka yang umumnya terjadi pelanggan akan terus menerus membeli dan menggunakannya. Dalam hal ini juga tidak tertutup kemungkinan pelanggan akan memberitahukan orang lain mengenai pengalamannya terhadap kualitas produk yang telah digunakannya. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas maka mereka cenderung akan beralih ke merek lain. (Istianto dan Tyra, 2011).

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan

Konsep penilaian atau pengukuran kualitas pelayanan yang pernah dikembangkan oleh Parasuman, Zeithaml, dan Berry dalam Sabihaini (2000: 79) yang dikenal dengan *Service Quality* (SERVQUAL), terdapat lima dimensi kualitas layanan, yaitu: *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti fisik), *Empathy* (perhatian), dan *Reliability* (kehandalan).

Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila mereka mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa).

Sedangkan kinerja pelayanan yang disampaikan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang mereka terima setelah mereka mengkonsumsi produk yang dibeli. Kondisi tersebut merupakan tantangan bagi para pemilik kedai susu. Mereka dituntut melakukan berbagai perubahan dalam berbagai ketersediaan jenis jasa layanan, ketersediaan sumber daya manusia, mutu pelayanan, penetapan harga maupun biaya pelayanan. Selain diperlukan kualitas pelayanan yang baik pada setiap perusahaan, untuk mampu menghasilkan laba yang diinginkan melalui kepuasan pelanggan, suatu perusahaan harus dapat menghasilkan produk atau jasa dengan harga yang bersaing dipasaran. Salah satu langkah strategis yang penting untuk diperhatikan adalah strategi penetapan harga. Tujuan dari penetapan strategi harga adalah untuk memperhitungkan harga jual yang tepat sehingga dapat mencapai tujuan pemasaran dari produk jasa yang ditawarkan, dalam artian konsumen dapat menerima harga tersebut dan perusahaan dapat memperoleh laba maksimum.

Tingkat harga yang ditetapkan dapat mempengaruhi kuantitas dan kualitas produk atau jasa yang terjual. Dengan demikian, pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Seringkali pula dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya.

Dalam mengukur kepuasan pelanggan terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan selain kualitas produk, yaitu beberapa diantaranya, ciri khas apa yang dimiliki oleh suatu produk sehingga berbeda dengan produk

pesaing, bagaimana jasa layanan yang diberikan oleh perusahaan. Disamping itu yang menjadi hal pelengkap untuk mendapatkan kepuasan pelanggan yaitu keramahan karyawan dalam melayani pelanggan dan penyampaian informasi secara tepat dan jelas sehingga dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan. (Istianto dan Tyra, 2011).

Mom Milk merupakan sebuah kedai susu yang didesain sedemikian rupa agar dapat menarik para konsumen tertarik dengan menu-menu yang ditawarkan atau yang disuguhkan, dengan rasa penasaran para konsumen akan berdatangan seiring dengan mencoba rasanya. Kedai susu Mom Milk menggunakan bahan cepat saji yaitu susu murni yang dijamin kualitasnya, serta adanya diskon / voucher pada pembelian minimal lima puluh ribu rupiah.

Berdasarkan uraian tersebut diatas penulis tertarik mengambil judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI SUSU “MOM MILK” DI SURAKARTA”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ke 5 dimensi ini (*Reliability* (kehandalan), *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti fisik), *Empathy*

(perhatian) berpengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan dan rasa terhadap kepuasan konsumen Kedai Mom Milk di Surakarta ?

2. Dari ke 5 dimensi kualitas pelayanan dan rasa manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kedai Mom Milk di Surakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun dari tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ke 5 dimensi ini (*Reliability* (kehandalan), *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti fisik), *Empathy* (perhatian) dan rasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai Mom Milk di Surakarta
2. Untuk mengetahui dari ke 5 dimensi kualitas pelayanan dan rasa manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kedai Mom Milk di Surakarta

D. Manfaat Penelitian

Sedangkan Manfaat Penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan memberikan masukan perusahaan untuk pengambilan keputusan peningkatan kualitas pelayanan dalam rangka menciptakan kepuasan konsumen.

2. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi di bidang yang sama di masa mendatang.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang teori-teori mengenai Manajemen Pemasaran, Konsep Pemasaran, Kualitas Pelayanan serta teori-teori relevan dan penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang kerangka pemikiran, hipotesis, data dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta metode analisa data menggunakan uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2)

BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, deskripsi data, analisa data dan pembahasan serta hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang diperlukan untuk disampaikan baik untuk obyek penelitian ataupun bagi penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**