

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Saat ini iklim kompetisi dalam dunia bisnis semakin terasa. Di sisi lain perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi yang sedang terjadi saat ini. Kondisi persaingan yang semakin ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh pihak perusahaan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Pimpinan 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 pemasaran. 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 menutup 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. (Istiyanto dan Tyra, 2011).

Persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak pelanggan. Perusahaan yang mampu bersaing dalam

pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan dalam hal kualitas pelayanan.

Masyarakat selaku konsumen tidak dengan begitu saja membeli produk tanpa mempunyai pertimbangan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan seperti kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah hasil perbandingan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dari perusahaan (Winarto, 2008: 3). Kualitas layanan yang sempurna dapat tercapai apabila harapan-harapan konsumen dapat dipenuhi oleh layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi konsumen yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu, yaitu mendapatkan konsumen yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas, maka konsumen tersebut juga akan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pengguna produk pada perusahaan.

Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen (Elu, 2005 dalam Ariyani dan Rosinta, 2010). Kepuasan pelanggan menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan.

Roemah Macaroni dan Milk "Roemami" merupakan kedai cepat saji yang berbentuk modern yang dikemas sedemikian rupa sehingga menarik konsumen khususnya kaum muda yang menjadi sasarannya. Roemah Macaroni dan Milk "Roemami" memberikan bukti bahwa memiliki kualitas pelayanan yang handal baik dari segi *reliability*, *responsive*, *assurance*, *tangible*, *empathy* hal tersebut merupakan faktor kunci dalam memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dimenangkan dari kecerdikan untuk selalu memberikan persepsi nilai (*perceived value*) yang tinggi kepada konsumen.

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).

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka penulis mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Roemah Macaroni dan Milk ”Roemami” di Surakarta)”**

## **B. Perumusan Masalah**

Dengan melihat latar belakang di atas maka dapat dirumuskan bahwa masalah di atas adalah:

1. Apakah *Reliability* (kehandalan), *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti fisik), *Empathy* (perhatian) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Roemah Macaroni dan Milk ”Roemami” di Surakarta?
2. Dari ke 5 dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Roemah Macaroni dan Milk ”Roemami” di Surakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh (*Reliability* (kehandalan), *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti fisik), *Empathy* (perhatian) terhadap kepuasan konsumen pada Roemah Macaroni dan Milk ”Roemami” di Surakarta

2. Untuk mengetahui manakah yang paling dominan pengaruhnya antara *Reliability* (kehandalan), *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti fisik), *Empathy* (perhatian) terhadap kepuasan konsumen pada Roemah Macaroni dan Milk "Roemami" di Surakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan memberikan masukan pada Roemah Macaroni dan Milk "Roemami" dalam peningkatan kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan yang lebih besar pada pelanggan dimasa yang akan datang.

2. Manfaat bagi Peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi serta referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### **E. Sistematika Penulisan**

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

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

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam 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

Dalam bab ini berisi tentang kerangka pemikiran, hipotesis, data dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta metode analisa data.

### BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang gambaran umum roemah macaroni dan milk “roemami” di Surakarta, pelaksanaan penelitian, deskripsi data, analisa data dan pembahasan serta hasil penelitian.

### BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang diperlukan.

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN