

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia akan pangan selalu menjadi salah satu kebutuhan yang utama. Jumlah populasi manusia yang terus bertambah membuat kebutuhan akan pangan juga terus bertambah. Pengusaha dapat melihat hal ini sebagai prospek dalam berbisnis sesuai dengan adanya permintaan dan penawaran. Bisnis pangan khususnya di bidang rumah makan saat ini menunjukkan perkembangan yang baik dengan prospek usaha yang meningkat dan cukup pesat.

Pelanggan saat ini dihadapkan dengan berbagai alternatif dalam memilih rumah makan yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya. Pelanggan tidak sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya pelanggan akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dengan penuh perhatian dan dipandang penting sehingga akan timbul kepuasan pada perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah *is the individual's perception of the performance of the product or service in relation to his or her exectation.* Kepuasan pelanggan adalah persepsi individual terhadap performa barang atau jasa yang berhubungan dengan ekspektasi pelanggan (Schiffman dan Kanuk, 2007:9).

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan keberhasilan dari suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam

teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Yoestini, 2012:3).

Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tidak terlepas dari jenis promosi yang digunakan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri. Morissan (2007:18) promosi didefinisikan sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Selain promosi yang mumpuni, kualitas pelayanan yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di rumah makan tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya.

Promosi dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dan kepuasan konsumen berhubungan erat dengan keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan, karena dengan promosi dan kualitas pelayanan yang memenuhi preferensi konsumen akan mengikat konsumen sehingga perusahaan tersebut tertanam dalam benak konsumen, hal ini tentunya menguntungkan bagi pihak perusahaan karena konsumen dapat melakukan promosi secara tidak langsung kepada teman, keluarga ataupun kepada orang lain untuk mengonsumsi produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Pada gilirannya kepuasan konsumen dapat

menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada perusahaan salah satunya adalah bagi perusahaan rumah makan (Aryani, D dan Rosinta, F. 2010:114-126).

Sebagai salah satu jenis usaha yang bergerak dalam bidang rumah makan atau restoran, Waroeng Spesial Sambal tidak lepas dari persaingan bisnis yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat dalam jenis usaha rumah makan tersebut, maka berbagai upaya dilakukan Waroeng Spesial Sambal dengan keunikan menu, promosi dan pelayanannya agar pelanggan mendapatkan pengalaman tak biasa ketika membeli produk – produk Waroeng Spesial Sambal. Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan Surakarta merupakan jenis usaha franchise yang memiliki manajemen, jenis menu, dan layout yang sesuai dengan yang ditentukan oleh Waroeng Spesial Sambal pusat yang ada di Jogjakarta. Sesuai dengan namanya Waroeng Spesial Sambal memberikan aneka ragam pilihan sambal dan lauk yang tidak dimiliki oleh rumah makan lainnya. Dan langkah awal Waroeng Spesial Sambal dalam menarik pelanggan pecinta masakan pedas adalah dengan slogan ”PEDAS ABIS”, yang kemudian diikuti dengan langkah – langkah selanjutnya yang dilakukan Waroeng Spesial Sambal agar pelanggan mendapatkan pengalaman yang tak terlupakan.

Pengunjung Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan –Surakarta mempunyai rata-rata jumlah pengunjung perbulan yang naik, Pada bulan awal yaitu pada bulan Januari, Februari dan Maret tahun 2014 mengalami kenaikan jumlah pengunjung yang cukup signifikan dibanding tahun sebelumnya. Tetapi mengalami penurunan yang signifikan pada bulan April 2014 yaitu menjadi hanya 3455 pengunjung, hal ini tidak lazim terjadi karena pada tahun sebelumnya pada

bulan April 2013 jumlah pengunjung justru meningkat dibanding bulan sebelumnya. Hal ini mungkin disebabkan karena munculnya para pesaing dengan jenis produk yang hampir sama. Disini terlihat masalah yang dihadapi Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan - Surakarta yaitu kurangnya kepuasan pelanggan yang berpengaruh pada loyalitas jangka panjang pelanggan dan rentannya pelanggan oleh daya tarik para pesaing usaha sejenis. Dengan demikian Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan – Surakarta melakukan promosi dan kualitas pelayanan yang diharapkan mampu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Promosi dan kualitas pelayanan merupakan upaya pengembangan konsep pemasaran dalam menghadapi perubahan yang terjadi dipasar serta mampu membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh tersebut dengan mengangkat topik : ***“ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN(Studi Kasus : “Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan - Surakarta”)”***.

B. Rumusan Masalah

Semakin berkembangnya pemasaran konvensional menuju ke pemasaran modern, maka tingkat persaingan ketat antar usaha rumah makan di Surakarta juga semakin meningkat. Dalam usaha rumah makan mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru untuk memperbesar pangsa pasar sangat penting.

Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan - surakarta memiliki pertumbuhan pelanggan yang baik dan signifikan setiap bulannya hingga bulan Maret 2014 namun, mengalami penurunan jumlah pelanggan yang signifikan pada bulan April 2014. Hal ini disebabkan kurangnya kepuasan pelanggan yang berpengaruh pada loyalitas jangka panjang pelanggan dan rentannya pelanggan oleh daya tarik para pesaing usaha sejenis. Dengan demikian Waroeng Spesial Sambal melakukan promosi dan kualitas pelayanan yang diharapkan mampu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga mengikat konsumen dengan memberikan pengalaman yang tak terlupakan ketika menikmati produk dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan paparan diatas maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Apakah promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan – Surakarta ?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan – Surakarta ?
3. Apakah promosi dan kualitas pelayanan secara serentak mempengaruhi kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan – Surakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan - Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan - Surakarta.
3. Untuk mengetahui apakah promosi dan kualitas pelayanan secara serentak mempengaruhi kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan – Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak perusahaan dan Pengelola Hasil

Dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan promosi dan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal Gonilan - Surakarta.

2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan pengetahuan untuk penelitian – penelitian dibidang promosi dan kualitas pelayanan terutama yang berkenaan dengan kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal Gonilan - Surakarta.

3. Bagi Peneliti Penelitian

Diharapkan agar peneliti dapat mengetahui lebih mendalam manfaat dari kepuasan pelanggan didalam bisnis untuk diterapkan kedepan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu.

Bab III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan , kerangka pemikiran, hipotesis yang akan dibahas dalam bab IV, definisi operasional, skala pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, tehnik pengolahan data, serta analisis data yang digunakan.

Bab IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan deskripsi tentang obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

Bab V PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian yang dilakukan beserta saran – saran yang berhubungan dengan penelitian.