

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha saat ini menuntut orang untuk selalu dinamis, dalam arti selalu mengikuti perubahan yang terjadi. Hal ini memicu semakin tajamnya persaingan antar industri maupun antar perusahaan. Dalam industri, yang berpenghasilan barang maupun jasa. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus menerus. Pada persaingan seperti ini, setiap perusahaan dituntut untuk mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasaran. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2008).

Hal tersebut diiringi dengan tuntutan konsumen yang semakin meningkat akan layanan yang baik dan produk yang bermutu. Menghadapi pasar yang seperti ini perusahaan harus meningkatkan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yang dimiliki kalau mau tetap bertahan dalam persaingan industri. Kualitas Pelayanan menjadi salah kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono (2005) dimana Kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk

mengimbangi harapan pelanggan. Dengan adanya Kualitas Pelayanan yang baik tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen. Menurut Morgan dan Hunt (2004 dalam Sari, 2013) mendefinisikan kepercayaan adalah rasa percaya, kepada mitra dimana seseorang berhubungan. Dengan kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari konsumen. Kepuasan Konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan Loyalitas Pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Tjiptono, 2005:54).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Tjiptono (2005:24) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi, iklan. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari

bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2005:145). Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Rumah Makan Spesial Sambal atau yang sering disebut dengan Rumah Makan SS merupakan sebuah warung atau tempat makan yang pertama kali berdiri di Jogjakarta. Rumah makan spesial sambal ini menyajikan berbagai macam makanan dengan lauk yang bervariasi serta dilengkapi dengan berbagai jenis sambal yang biasa dipesan sesuai dengan tingkat kepedasan yang diinginkan. Sesuai namanya produk utama yang ditawarkan dari Rumah Makan Spesial Sambal ini adalah berbagai macam jenis sambal ada yang mulai dari sambal yang tidak begitu pedas sampai dengan sambal yang sangat pedas. Dengan adanya Rumah Makan Spesial Sambal para pecinta makanan pedas bisa dimanjakan dengan berbagai jenis sambal yang di tawarkan. Rumah Makan Spesial Sambal merupakan sebuah jenis usaha franchise yang tersebar diberbagai kota khususnya di Pulau Jawa. Di Surakarta sendiri terdapat 3 gerai Rumah Makan Spesial Sambal.

Semua faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen seperti Kualitas Pelayanan tentang Rumah Makan Spesial Sambal masih belum dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya secara optimal. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas

Pelanggan, perusahaan berupaya mencari cara yang dapat meningkatkan Kualitas Pelayanan. Hal ini juga disadari oleh Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta yang memberikan jasa makanan yang di tuntut secara terus-menerus untuk kian meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk agar dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggannya.

Berdasarkan uraian dari permasalahan diatas, maka Saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN SPESIAL SAMBAL DI SURAKARTA”**.

## **B. Perumusan Masalah**

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

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta ?
2. Bagaimana Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta ?
3. Bagaimana Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah diatas,maka tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Spesial Sambal di Surakarta.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Peneliti,penelitian ini sebagai sarana untuk berlatih berfikir dan menerapkan apa yang telah didapatkan di bangku kuliah.
2. Bagi Perusahaan,hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada Loyalitas Pelanggan.

3. Bagi Peneliti Lain, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian di bidang pemasaran terutama yang berkaitan dengan Loyalitas Pelanggan.

#### **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 manajemen pemasaran, Kualitas Pelayanan, Perilaku Konsumen, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan, pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan, hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan, penelitian terdahulu dan hipotesis.

##### **BAB III                    METODA PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang kerangka pemikiran, definisi operasional, lokasi penelitian, data yang diperlukan, teknik

pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini tentang data yang di uraikan dari data yang sudah didapatkan, menganalisis data, dan pembahasan.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis data, keterbatasan penelitian, dan saran untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**