

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada era globalisasi seperti saat ini, persaingan bisnis mengalami perubahan dan semakin sulit diprediksi. Adanya perubahan yang terjadi disebabkan oleh pola pikir masyarakat yang berkembang, gaya hidup, dan teknologi yang dipengaruhi oleh globalisasi. Konsumen menginginkan produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harga dan kebutuhan yang diinginkan. Hal ini dikarenakan pelanggan semakin selektif dalam pemilihan produk untuk digunakan atau dikonsumsi (Prayuana dan Andjarwati, 2013). Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Akibatnya suatu perusahaan harus mempunyai inovasi yang menarik karena adanya persaingan yang semakin ketat.

Dengan adanya berbagai alternatif membuat para konsumen rentan dalam perubahan. Sehingga para perusahaan harus mampu mengikuti konsumen dengan keinginannya. Dimana sebelumnya pemasar hanya mengejar target penjualan, namun sekarang lebih pada menarik pelanggan dan menjaga hubungan dengan pelanggan (Kotler, 1994 dalam Hasan, 2006). 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, 2001).

Semakin berkembangnya masyarakat modern menyebabkan semakin banyak masyarakat yang mempunyai berbagai macam kegiatan dan pekerjaan diluar rumah seperti yang dilakukan para mahasiswa atau pekerja pria dan wanita. Hal ini mengakibatkan masyarakat melakukan hal-hal yang praktis untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari dengan cara membeli makanan dan minuman diluar rumah. Karena dengan hal tersebut masyarakat bisa memilih berbagai macam pilihan menu makanan dan minuman, selain itu tempat makan yang tenang dan nyaman juga menjadi prioritas

Seiring dengan berkembangnya jaman, industri dibidang kuliner mengalami kenaikan yang cukup pesat, dengan hal ini menjadikan para perusahaan atau wirausahawan memanfaatkan peluang tersebut. Makanan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia, untuk menarik minat konsumen suatu perusahaan menciptakan makanan dan tempat yang menarik untuk masyarakat. Sambal merupakan salah satu menu makanan yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia apalagi bagi para pecinta pedas.

Oleh karena itu banyak para produsen yang menggunakan sambal tersebut menjadi andalan dirumah makan mereka. Produsen juga menyiapkan menu sambal yang bermacam-macam seperti sambal terasi, sambal teri, sambal belut, sambal mangga muda, sambal tubruk, sambal cumi, dll. Meskipun menu sambal menjadi favorit masyarakat, produsen tetap mengutamakan produk yang berkualitas dan tempat yang nyaman bagi para konsumennya. Dalam industri restoran yang sangat kompetitif, menarik pelanggan dengan layanan yang

berdedikasi dan makanan yang berkualitas tinggi penting untuk keberhasilan bisnis (Gilbert *et al.*, 2004).

Menurut Tjiptono dan Candra (2011:180) Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dalam model SERVQUAL, kualitas jasa didefinisikan sebagai “penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa” (Parasuraman *et al.*, 1985), sedangkan definisi kualitas layanan yang sering disebut sebagai mutu pelayanan (Parasuraman *et al.*, 1988) adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh.

Menurut Irawan (2005:58) ada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu : Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Tanggapan), Assurance (Jaminan), Emphaty (Empati). 5 dimensi tersebut akan menimbulkan persepsi mengenai kualitas jasa pada suatu perusahaan. Sedangkan penelitian oleh Brink & Berndt (2008) menyatakan “layanan pelanggan berkualitas tinggi sangat penting untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dan hubungan yang ditingkatkan dengan pelanggan seseorang pada akhirnya dapat mengarah pada retensi pelanggan yang lebih besar, loyalitas pelanggan, dan yang lebih penting profitabilitas”.

Menurut Tjiptono (2005) mengungkapkan bahwa “kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan”. Sedangkan Kotler dan Keller (2007:177) menyatakan bahwa “Kepuasan adalah perasaan

senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”.

Dengan hal ini membuat Waroeng Spesial Sambal di Gonilan mempunyai keinginan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin tinggi agar mendapatkan pasar yang optimal. Waroeng Spesial Sambal di Gonilan yaitu rumah makan yang menyajikan berbagai macam menu sambal dan lauk pendamping lainnya. Terletak di Gonilan, Kartasura, Surakarta. Dengan adanya Waroeng Spesial Sambal membuat para pecinta pedas bisa menikmati berbagai macam olahan sambal. Waroeng Spesial Sambal di Gonilan mempunyai slogan “pedas abis” untuk menarik minat konsumen terutama untuk para pecinta pedas.

Waroeng Spesial Sambal di Gonilan mengalami tingkat kenaikan penjualan pada bulan Januari-Mei 2015. akan tetapi Waroeng Spesial Sambal di Gonilan juga mengalami tingkat penurunan penjualan pada bulan Juni-Juli 2015.

Dibawah ini merupakan data penjualan Waroeng Spesial Sambal di Gonilan bulan Januari-Juli tahun 2015 :

Tabel 1.1**Data Penjualan Waroeng Spesial Sambal di Gonilan Tahun 2015**

Bulan	Data Penjualan
Januari	462,031,500
Februari	402,528,500
Maret	465,903,500
April	441,591,500
Mei	482,864,000
Juni	391,883,000
Juli	338,071,500

Sumber : Waroeng Spesial Sambal di Gonilan tahun 2015

Hal ini mungkin terjadi karena ada faktor penyebab yang muncul dari para pesaing bisnis makanan lainnya, atau karena kurangnya kualitas pelayan yang diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen tidak mendapatkan tingkat kepuasan.

Dalam persaingan bisnis kuliner, restoran tidak bisa hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi restoran juga harus mengutamakan kualitas pelayanan. Dengan konsep pelayanan yang baik dan fasilitas yang memadai diharapkan Waroeng Spesial Sambal di Gonilan dapat menarik minat konsumen yang lebih banyak lagi.

Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Waroeng Spesial Sambal terhadap kepuasan konsumen dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN**

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WAROENG SPESIAL SAMBAL DI GONILAN”

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a) Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Spesial Sambal di Gonilan?
- b) Apakah kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Spesial Sambal di Gonilan?
- c) Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Spesial Sambal di Gonilan?
- d) Apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Spesial Sambal di Gonilan?
- e) Apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Spesial Sambal di Gonilan?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini digunakan untuk:

- a) Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Spesial Sambal di Gonilan.

- b) Untuk menganalisis pengaruh kehandalan terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Spesial Sambal di Gonilan.
- c) Untuk menganalisis pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Spesial Sambal di Gonilan.
- d) Untuk menganalisis pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Spesial Sambal di Gonilan.
- e) Untuk menganalisis pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Spesial Sambal di Gonilan.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat praktis

Memberikan informasi bagi dunia bisnis khususnya pada industri makanan agar dapat meningkatkan pelayanan dan penjualan dimasa mendatang. Sehingga penelitian ini dapat digunakan untuk dasar pemikiran dan pertimbangan pada pasar global.

2. Manfaat teoritis

Memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran, sebagai acuan studi ilmiah tentang bagaimana menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian di Waroeng Spesial Sambal. Selain itu juga untuk memberikan informasi, bahan referensi, dan bacaan yang dapat menambah pengetahuan bagi pembacanya.

E. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Penelitian ini terbagi dalam lima bab yang akan disusun dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang terdiri dari pembahasan mengenai kepuasan konsumen, pembahasan mengenai bukti fisik, pembahasan kehandalan, pembahasan mengenai daya tanggap, pembahasan mengenai jaminan, pembahasan mengenai empati, penelitian terdahulu, model penelitian serta hipotesis dan pengaruh antar variabel.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian seperti jenis dan desain penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil analisis data beserta pembahasan hasil temuan yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan pokok analisa yang mencoba untuk menarik kesimpulan dan isi penelitian secara singkat serta memberikan saran-saran yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, serta keterbatasan yang terdapat dalam penelitian.