

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Keberadaan suatu perusahaan di dalam dunia usaha menuntut perusahaan untuk terus berusaha mencari cara dan upaya terbaik agar memiliki kemampuan bersaing yang lebih tinggi daripada perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Banyak hal dan aspek yang harus dipertimbangkan oleh suatu perusahaan untuk tetap bertahan dan terus meningkatkan serta mempertahankan posisinya dalam menghadapi persaingan yang semakin terbuka di masa yang akan datang.

Keadaan persaingan terus berkembang dan tuntutan perusahaan untuk tetap *exist* dalam persaingan yang disertai perubahan semakin meningkat cepat dan dinamis tanpa melihat status dari sebuah perusahaan, baik perusahaan dalam skala besar, maupun skala kecil. Perubahan yang terjadi tersebut mempengaruhi secara langsung terhadap pola perekonomian yang ada, perkembangan sistem pemasaran, serta pola perilaku masyarakat sebagai pelaku dan pengguna produk barang dan jasa dalam kegiatan perekonomian.

Perusahaan – perusahaan kini menyadari pentingnya menjalin hubungan dengan basis konsumen mereka saat ini, meningkatkan pemahaman mereka akan kebutuhan – kebutuhan konsumen dan menciptakan peluang penjualan tambahan guna lebih mengikat para konsumen mereka. Pelayanan menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan dari berbagai pihak, perusahaan dituntut untuk bersikap dengan loyal serta telaten dalam menghadapi konsumen. Untuk mewujudkannya, para karyawan harus dilatih sebaik mungkin agar mau dan mampu

memberikan layanan konsumen sebaik mungkin guna memenuhi kebutuhan konsumen. Layanan memiliki keunggulan khusus, dimana kerap kali ada kontak personal yang akrab antara penyedia jasa dan konsumen. Jika tuntutan tersebut tidak terpenuhi, maka konsumen akan beralih ke perusahaan lain. Konsumen tentu saja memiliki kesempatan lebih dalam memilih produk atau jasa yang paling memenuhi spesifikasi yang diinginkan dari berbagai macam pilihan yang diberikan oleh beragam perusahaan. Dengan kata lain, konsumen semakin selektif dalam memilih produk atau jasa yang terbaik. Untuk menciptakan pelayanan yang baik, kinerja sumber daya manusia memainkan peran penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan, di antaranya adalah keramahan, kesopanan, cara berbicara, cara menangani keluhan dan lainnya.

Kualitas dapat dipandang dari perspektif internal dan eksternal. Kualitas internal didasarkan pada kesesuaian dengan spesifikasi. Kualitas eksternal didasarkan pada kualitas yang dipersepsikan konsumen relatif. Poin yang penting adalah bahwa kualitas harus dilihat dari sudut pandang konsumen bukan dari perusahaan. Oleh sebab itu, kualitas harus diukur dari perspektif konsumen, bukan dari apa yang dianggap oleh para manajer di dalam perusahaan merupakan pandangan – pandangan konsumen mereka.

Perilaku konsumen sebagai bagian dari kegiatan manusia yang selalu berubah sesuai dengan pengaruh lingkungan dan sosial dimana mereka berada. Namun perilaku konsumen yang diharapkan tetap terus ada bagi perusahaan adalah loyalitas. Loyalitas berarti pelanggan terus melakukan pembelian secara berkala. Menurut Griffin (2007 : 31) loyalitas adalah kebiasaan yang terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang sering selama periode waktu tertentu.

Dengan tercapainya kualitas pelayanan maka akan menumbuhkan loyalitas konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Loyalitas konsumen akan sangat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Semakin tinggi loyalitas konsumen, maka akan berdampak positif bagi perusahaan yaitu semakin tingginya pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Sebaliknya jika kualitas pelayanan tidak menumbuhkan loyalitas konsumen, maka akan berdampak negatif bagi perusahaan yaitu menurunnya pendapatan perusahaan karena kurangnya kepercayaan dari konsumen.

Dalam upaya mengubah perilaku konsumen dari sekadar ingin tahu (*aware*), berminat (*interest*), mengevaluasi (*evaluation*), mencoba (*trial*), dan menerima produk atau jasa (*adaption*), perusahaan tidak hanya membuat produk atau jasa yang baik, tetapi perusahaan juga dituntut untuk mengkomunikasikannya dengan konsumen. Dengan demikian, terlihat adanya hubungan antara kegiatan *personal selling* dan didukung fasilitas – fasilitas pelayanan lainnya yang dilakukan perusahaan dengan terbentuknya sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa, sehingga dalam melaksanakan pelayanan terhadap konsumen yang merupakan faktor penting dalam menjaga kepercayaan dari mereka, sehingga perusahaan dituntut bersikap loyal dan telaten dalam melayani konsumen. Apalagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, sangat diharapkan keberadaannya oleh konsumen agar tetap melayani mereka dengan sepenuh hati.

Rumah Makan “Cibiuk” dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan kinerja keuangan. Berdasarkan hasil pengamatan sementara di Rumah Makan “Cibiuk” Bandung, dijumpai beberapa kendala berkenaan dengan kualitas pelayanannya. Berdasarkan wawancara dengan beberapa konsumen, diketahui kendala tersebut diantaranya :

1. Lambatnya pelayanan yang diberikan oleh karyawan Rumah Makan “Cibiuk” dalam melayani kebutuhan konsumen.
2. Kurang sigapnya karyawan dalam menangani keluhan konsumen, hal ini ditunjukkan dengan sikap karyawan yang acuh tak acuh dan lambat dalam merespon keinginan konsumen.

Akibat yang dihadapi perusahaan adalah menurunnya tingkat pembelian konsumen yang sangat mempengaruhi kinerja keuangan yang disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Atas dasar pemikiran tersebut, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Konsumen terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus pada Rumah Makan “Cibiuk” di Bandung)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, peneliti mengidentifikasi rumusan masalah penelitian, sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen pada kinerja keuangan di Rumah Makan “Cibiuk”?
2. Apakah kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan Rumah Makan “Cibiuk”?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh fakta dan informasi, khususnya yang berkaitan dengan masalah kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen terhadap kinerja keuangan di Rumah Makan “Cibiuk” Bandung.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen terhadap kinerja keuangan di Rumah Makan “Cibiuk”.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan pada Rumah Makan “Cibiuk”.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Rumah Makan “Cibiuk”, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan dalam rangka mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen terhadap kinerja keuangan dalam upaya melakukan perbaikan secara kontinyu melalui peningkatan kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.
2. Bagi kalangan mahasiswa dan para peminat lainnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan menjadi bacaan yang akan menambah wawasan dalam aktivitas pemasaran, khususnya dalam mengkaji pengaruh antara kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen terhadap kinerja keuangan.