

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia sebagai salah satu negara yang sedang berkembang memiliki iklim persaingan bisnis yang semakin ketat dan persaingan antar perusahaan semakin meningkat baik di pasar nasional atau domestik maupun di pasar internasional atau global. Salah satunya persaingan di bidang pangan yang ditandai dengan menjamurnya berbagai restoran cepat saji, terutama di kota-kota besar. Hal tersebut disebabkan oleh kesibukan dan aktivitas yang cukup padat sehingga membutuhkan segala sesuatu yang serba cepat dan praktis. Kehadiran *fast food* langsung disukai oleh masyarakat karena cara penyajiannya yang cepat sehingga dapat lebih menghemat waktu.

Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam industri serupa, mengharuskan pengusaha untuk lebih kreatif dalam menciptakan nilai-nilai yang dapat membuat *brand* mereka dapat diingat oleh pelanggan. Untuk memenangkan persaingan bisnis tersebut, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya (Supranto, 2001:1).

Selain itu, semakin besar tuntutan dari pelanggan akan kualitas pelayanan suatu perusahaan jasa maka, perusahaan dalam sektor jasa harus mampu memanfaatkannya untuk dapat meraih keunggulan dari para pesaingnya. Penentuan strategi yang tepat sangat berpengaruh terhadap persaingan. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Levitt, 1987). Untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan tersebut, perusahaan harus menjaga kualitas produk dan jasanya. Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan yang diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapan (Kotler, 2000).

Untuk dapat menarik pelanggan dan membuat pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan, perusahaan tidak hanya menyediakan dan memperhatikan kualitas produk berwujud itu sendiri tetapi juga menyediakan dan memberikan fasilitas pelayanan yang menunjang pada produk itu sendiri dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Yulianto, 2009).

Pada perusahaan jasa, pelanggan merupakan faktor utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan karena dalam hal ini pelanggan memiliki peranan yang sangat penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Sistem pelayanan yang tersaji secara cepat, praktis, dan dengan harga yang tidak terlalu mahal membuat industri restoran cepat saji sangat berkembang pesat di Kota Bandung. Kualitas pelayanan yang perlu

diperhatikan adalah bahwa pelayanan harus sesuai dengan harapan konsumen dan memenuhi kebutuhan dan persyaratan mereka.

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Kualitas produk yang dimaksud mencakup fitur dan karakteristik produk yang dikenakan pada kemampuannya untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan yang tersirat atau dinyatakan kepada konsumen.

Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi yang menyebabkan perubahan-perubahan perilaku (Oliver 1997:392). Dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategik yang dijadikan dasar pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Loyalitas pelanggan akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan (hasan, 2008:78).

Salah satu restoran cepat saji yang terkenal di Kota Bandung adalah Hoka-Hoka Bento, restoran cepat saji Hoka-Hoka Bento merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha yang memiliki gabungan antara produk berwujud dan pelayanan. Pelayanan yang disediakan oleh restoran cepat saji harus dapat memenuhi seluruh kebutuhan dan keinginan pelanggan. Untuk dapat lebih meningkatkan

pelayanan yang diberikan maka diperlukan upaya untuk lebih memahami, mengevaluasi serta menemukan cara memenuhi kebutuhan pelanggan. Keramahan dan kesopanan staf juga merupakan hal yang mempengaruhi dalam peningkatan kualitas pelayanan. Pelanggan yang loyal merupakan aset besar perusahaan. Mengingat pentingnya kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Restoran Cepat Saji Hoka-Hoka Bento di Istana Plaza Bandung)**.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun permasalahan yang ingin diketahui pada penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji Hoka-Hoka Bento Istana Plaza Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji Hoka-Hoka Bento Istana Plaza Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi praktisi

Hasil dari riset diharapkan dapat menjadi masukan khususnya kepada Restoran Cepat Saji Hoka-Hoka Bento Istana Plaza Bandung, khususnya digunakan untuk memperbaiki kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran sebagai referensi peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa.